



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Mestrado em Ciências Militares – Especialidade de Cavalaria

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

O RECRUTAMENTO MILITAR E A CONJUNTURA ECONÓMICA NACIONAL. ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA TAXA DE DESEMPREGO NA ADEÇÃO ÀS FORÇAS ARMADAS

AUTOR: Aspirante Cavalaria Ricardo Manuel Monteiro Vieira

**ORIENTADOR: Tenente Coronel Artilharia António José Palma
Esteves Rosinha**

LISBOA, Setembro de 2011



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

Mestrado em Ciências Militares – Especialidade de Cavalaria

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

O RECRUTAMENTO MILITAR E A CONJUNTURA ECONÓMICA NACIONAL. ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DA TAXA DE DESEMPREGO NA ADEÇÃO ÀS FORÇAS ARMADAS

AUTOR: Aspirante Cavalaria Ricardo Manuel Monteiro Vieira

**ORIENTADOR: Tenente Coronel Artilharia António José Palma
Esteves Rosinha**

LISBOA, Setembro de 2011

DEDICATÓRIA

Aos meus pais,
irmão e Marlene,
pela compreensão,
apoio e confiança.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que directa e indirectamente contribuíram para a realização deste Trabalho de Investigação Aplicada.

Gostaria de agradecer ao Ex.mo Senhor Tenente Coronel de Artilharia António José Palma Esteves Rosinha, orientador deste trabalho, pela disponibilidade, apoio e acompanhamento que prestou sem o qual não teria sido possível ultrapassar algumas dificuldades impostas pelo próprio desenvolvimento deste trabalho.

Ao Director de Curso de Cavalaria da Academia Militar, o Ex.mo Senhor Tenente-Coronel de Cavalaria Henrique José Cabrita Gonçalves Mateus, pela forma como recebeu o nosso curso e sempre nos acompanhou ao longo deste último ano lectivo.

À Senhora Paula Franco pela simpatia e entusiasmo com que sempre recebe os alunos na Biblioteca da Academia Militar Sede e pelo auxilio na pesquisa bibliográfica necessária para a realização deste trabalho.

Ao Chefe da Divisão de Assuntos da Profissionalização do Serviço Militar Ex.mo Senhor António Ideias Cardoso pelo apoio e interesse que demonstrou desde o primeiro momento na colaboração da realização deste trabalho.

A toda a estrutura da Direcção de Obtenção de Recursos Humanos, pela forma como me receberam, a interacção e a partilha de experiências e conhecimentos que foram sem dúvida uma mais-valia quer para este trabalho quer para a minha formação.

Agradecer aos meus camaradas, pelo espírito, camaradagem e apoio que sempre tivemos ao longo da nossa formação.

Por fim agradecer á minha família pela confiança compreensão e apoio ao longo deste trabalho e em todas as etapas desta minha formação como homem e militar.

A todos o meu sincero Obrigado!

RESUMO

O presente trabalho de investigação aplicada (TIA), subordinado ao tema “O recrutamento militar e a conjuntura económica nacional. Estudo sobre a influência da taxa de desemprego na adesão às Forças Armadas”. Insere-se na área do conhecimento da Gestão de Recursos Humanos, estabelece-se como objecto de estudo o recrutamento do Exército Português durante o período de 2005 a 2010, incidindo o problema de investigação no estudo das intenções de ingresso no Exército em função da situação económica do país, e em particular da taxa de desemprego, pretende-se assim estudar e estabelecer a relação entre a taxa de desemprego e o número de candidatos ao Exército.

Seguiu-se uma metodologia que teve por base a revisão de literatura, a análise de dados estatísticos e a pesquisa por questionário dirigida a uma amostra composta por 314 jovens com idade compreendida entre os 18 e os 24 anos.

Do estudo concluiu-se que o aumento da taxa de desemprego impulsiona o concurso ao Exército. Verificou-se que o Exército possui uma imagem muito positiva junto da população, a grande maioria conhece os locais onde pode ter acesso a informações sobre o Exército e já assistiu a campanhas de divulgação. Entre as razões mais apontadas para concorrer o Exército constam o não ter outra saída profissional, e a segurança profissional que o Exército oferece.

Sugere-se como investigação futura, o estudo das candidaturas ao Exército, durante todo o processo de Recrutamento e incorporação de modo a estudar as diferenças motivacionais dos militares que ingressam por motivos intrínsecos e extrínsecos.

Palavras-chave: RECRUTAMENTO, TAXA DE DESEMPREGO, MOTIVOS DE CANDIDATURA AO EXÉRCITO.

ABSTRACT

The theme of the present research study is “military recruitment and national economic conjuncture. Study on the influence of unemployment rates on the accession to armed forces”. The study is included in the field of Human Resources Management and its object of study is Army recruitment from 2005 to 2010. It focuses upon the study of the intentions of joining the Army according to the economic situation of the country, particularly upon the unemployment rate. Therefore the present study analyzes the possible relation between the unemployment rate and the number of candidates applying for the Army.

The methodology used was based on literature review, analysis of statistical data and research based on questionnaires directed to a sample of 314 youngsters aged between 18 and 24 years old.

One of the conclusions of this research was that the increase of the unemployment rate triggers the applications for the Army. It can also be stated that the Army possesses a very positive image amongst the population; most of the population knows the places to look for information about the Army and have already attended sessions on it. Moreover, the most important reasons for applying for the Army were pointed out as lack of other professional choices but also feelings of professional safety.

Further studies on this issue should include the study of applications for the Army throughout the entire selection and incorporation process in order to study the motivational differences of the military that join in for both intrinsic and extrinsic reasons.

Key words: RECRUITMENT, UNEMPLOYMENT RATE, REASONS FOR JOIN IN THE ARMY

ÍNDICE

DEDICATÓRIA	III
AGRADECIMENTOS.....	IV
RESUMO	V
ABSTRACT	VI
ÍNDICE	VII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
ÍNDICE DE QUADROS.....	XI
ÍNDICE DE TABELAS.....	XII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XIII
LISTA DE ABREVIATURAS	XIV
LISTA DE SIGLAS.....	XV
 INTRODUÇÃO.....	 1
 CAPÍTULO 1 - CONJUNTURA ECONÓMICA NACIONAL.....	 4
1.1 Investimento e Criação de Emprego.....	4
1.2 Políticas de emprego	4
1.3 Crise Internacional e desemprego	6
1.4 Crise e Medidas de Apoio ao Emprego em Portugal	6
1.5 Medidas anti-crise em Portugal.....	8
 CAPÍTULO 2 - CONJUNTURA INSTITUCIONAL	 9
2.1 A profissão militar	9
2.2 A Condição Militar.....	10
2.3 Tipologia das missões do Exército.....	10
2.4 Recrutamento	12
 CAPÍTULO 3 - RECRUTAMENTO	 13
3.1 Conceito e Processo de Recrutamento.....	13
3.2 Tipos de Recrutamento.....	13
3.2.1 Recrutamento Externo.....	13
3.2.1.1 Vantagens do Recrutamento Externo.....	14
3.2.1.2 As Desvantagens do Recrutamento Externo	14

3.3	Técnicas de Recrutamento	15
3.3.1	Modelo de Recrutamento do Exército.....	16
3.4	Meios de divulgação do Recrutamento.....	17
3.5	Principais incentivos ao recrutamento.....	17
3.6	Estratégia de Recrutamento	18
3.6.1	Objectivo	18
3.6.2	Identificação e Caracterização dos Públicos-Alvo	19
3.6.2.1	O Público Interno.....	19
3.6.2.2	O Público Externo	19
3.6.3	Mensagem a Transmitir.....	21
CAPÍTULO 4 - DA CRISE ECONÓMICA ÀS POTENCIALIDADES DE RECRUTAMENTO		22
4.1	O contexto de Trabalho do Exército.....	22
4.2	O conceito de Empregabilidade	22
4.3	O Exército e o Mercado de Trabalho, Oferta/Procura	24
4.3.1	Potencialidades	24
4.3.2	Vulnerabilidades	25
4.3.3	Oportunidades.....	25
4.3.4	Ameaças	25
CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA		26
5.1	Método	26
5.2	Caracterização da amostra.....	26
5.3	Procedimentos e Técnicas.....	29
5.4	Dados Estatísticos	29
5.5	Descrição das Técnicas e Instrumentos	29
5.6	Tratamento dos dados	30
CAPÍTULO 6 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS.....		31
6.1	Evolução da Taxa de Desemprego e do Número de Candidaturas.....	31
6.2	Imagem e meios de divulgação do Exército, Motivos de candidatura, influência da crise económica.....	33
CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES		38

BIBLIOGRAFIA.....	42
APÊNDICE A.....	45
APÊNDICE B.....	54
APÊNDICE C.....	57
ANEXO A.....	76
ANEXO B.....	77
ANEXO C	78
ANEXO D	79
ANEXO E.....	80
ANEXO F.....	81
ANEXO H	83
ANEXO I.....	84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura A.1: As Etapas do Procedimento Científico segundo proposta de Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt.	76
Figura B.2: Evolução da taxa de desemprego na União Europeia.	77
Figura B.3: Evolução do nº de desempregados na União Europeia.	77
Figura C.4: Taxa de desemprego actual na União Europeia	78
Figura D.5: Processos a seguir na tomada de decisão de preenchimento de um cargo..	79
Figura E.6: Fluxograma de modelo de Recrutamento.	80
Figura F.7: Organigrama da Direcção de Obtenção de Recursos Humanos.....	81

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1.1: Diagnóstico de segmentação do mercado de trabalho em Portugal..	5
Quadro 1.2: Medidas temporárias de apoio à manutenção do emprego e ao aumento das qualificações.	7
Quadro 1.3: Medidas de apoio ao Emprego em 2009	7
Quadro 1.3: Medidas de apoio ao Emprego em 2009 (Continuação)	8
Quadro 1.4: População alvo em 2001.....	84

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 3.1: Objectivos de recrutamento (DORH).....	18
Tabela 3.2: Resultados Alcançados (DORH).....	18
Tabela 3.3: Grau de Eficácia.....	18
Tabela 6.4 Correlações entre nº de candidaturas e taxa de desemprego (Correlação de Pearson).	32
Tabela 6.5: Relação entre os motivos de ingresso e a hipótese de concorrer.....	36
Tabela B.6:Candidaturas e Taxa de Desemprego	54
Tabela C.7: Resposta à Questão 7 do Questionário.	57
Tabela C.8: Resposta à Questão 8 do Questionário.	58
Tabela C.9: Resposta à Questão 9 do Questionário.	59
Tabela C.10: Resposta à Questão 10 do Questionário.	60
Tabela C.11: Resposta à Questão 10a do Questionário.	61
Tabela C.12: Resposta à Questão 11 do Questionário.	62
Tabela C.13: Resposta à Questão 11b do Questionário.	63
Tabela C.14: Resposta à Questão 12 do Questionário.	64
Tabela C.15: Resposta à Questão 13 do Questionário.	65
Tabela C.16: Resposta à Questão 13a do Questionário.	66
Tabela C.17: Resposta à Questão 14 do Questionário.	67
Tabela C.18: Resposta à Questão 15 do Questionário.	68
Tabela C.19: Resposta à Questão 15a do Questionário.	69
Tabela C.20: Estatística descritiva das respostas à Questão 16 do Questionário.	70
Tabela C.21: Resposta à Questão 16 do Questionário.	70
Tabela C.22: Estatística descritiva das respostas à Questão 17 do Questionário.	72
Tabela C.23: Resposta à Questão 17 do Questionário.	72
Tabela C.24: Resposta à Questão 16 do Questionário.	74
Tabela G.25: Taxa de desemprego e nº de indivíduos desempregados	82
Tabela H.26: Nº de candidaturas e incorporados por classe e por ano	83

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1.6: Evolução da taxa de desemprego da faixa etária dos 16 aos 24 anos (2005-2010).	31
Gráfico 6.2: Evolução do nº de candidatos ao Exército.	32
Gráfico 6.3: Distribuição por género.	26
Gráfico 6.4: Distribuição por idade.	27
Gráfico 6.5: Distribuição por habilitações literárias.	27
Gráfico 6.6: Distribuição por área profissional.	28
Gráfico 6.7: Distribuição por distrito	28
Gráfico B.8: Evolução da Taxa de desemprego da faixa etária dos 16 aos 24 anos entre 2005 e 2010.	54
Gráfico B.9: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Praças. ...	55
Gráfico B.10: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Sargentos. ...	55
Gráfico B.11: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Oficiais. ...	55
Gráfico B.12: Evolução do nº de candidatos á AM (Oficiais QP).	56
Gráfico B.13: Evolução do nº de candidatos ao Exército.	56
Gráfico C.14: Resposta à Questão 7 do Questionário.	57
Gráfico C.15: Resposta à Questão 8 do Questionário.	58
Gráfico C.16: Resposta à Questão 9 do Questionário.	59
Gráfico C.17: Resposta à Questão 10 do Questionário.	60
Gráfico C.18: Resposta à Questão 10a do Questionário.	61
Gráfico C.19: Resposta à Questão 11 do Questionário.	62
Gráfico C.20: Resposta à Questão 11b do Questionário.	63
Gráfico C.21: Resposta à Questão 12 do Questionário.	64
Gráfico C.22: Resposta à Questão 13 do Questionário.	65
Gráfico C.23: Resposta à Questão 13a do Questionário.	66
Gráfico C.24: Resposta à Questão 14 do Questionário.	67
Gráfico C.25: Resposta à Questão 15 do Questionário.	68
Gráfico C.26: Resposta à Questão 15a do Questionário.	69
Gráfico C.27: Resposta à Questão 16 do Questionário.	71
Gráfico C.28: Resposta à Questão 17 do Questionário.	73
Gráfico C.29: Resposta à Questão 18 do Questionário.	74

LISTA DE ABREVIATURAS

Art.º: Artigo

Ed.: Edição

etc. (et cetera): e outros

N.º: Número

LISTA DE SIGLAS

AM - Academia Militar
BG - Battle Group (Unidade escalão Batalhão)
CEME - Chefe do Estado Maior do Exército
CPAE - Centro de Psicologia Aplicada do Exército
CR - Centros de Recrutamento
CV - Currículos
DDN – Dia da Defesa Nacional
DGPRM - Direcção Geral de Pessoal e Recrutamento Militar
DORH - Direcção de Obtenção de Recursos Humanos
EUA - Estados Unidos da América
FA- Forças Armadas
FND- Forças Nacionais Destacadas
FOPE - Força Operacional Permanente
GAP - Gabinetes de Atendimento Público
GCSel - Gabinetes de Classificação e Selecção
INE - Instituto Nacional de Estatística
IPJ - Instituto Português da Juventude
LPM - Lei de Programação Militar
LSM - Lei do Serviço Militar
MDN - Ministério da Defesa Nacional
MTE - Ministério do Trabalho e Emprego
NRF - Nato Response Force
PME - Pequenas e Médias Empresas
QP – Quadros Permanentes
RC – Regime de Contrato
RH- Recursos Humanos
RLSM - Regulamento da Lei de Serviço Militar
RV – Regime de Voluntariado
SEN - Serviço Efectivo Normal
TIA - Trabalho de Investigação Aplicado
UE - União Europeia

INTRODUÇÃO

No culminar dos cursos da Academia Militar (AM), e tendo este Estabelecimento Militar de Ensino Superior sofrido várias alterações devido ao processo de Bolonha, os alunos têm como ultima etapa do seu mestrado a elaboração e apresentação de um Trabalho de Investigação Aplicado (TIA).

Com as novas missões apresentadas às Forças Armadas (FA), o Exército viu-se na necessidade de mudar o seu modelo de prestação de serviço. As exigências consequentes da evolução tecnológica de equipamento e armamento, exige um maior aproveitamento dos meios, quer humanos quer materiais, levando por isso à necessidade de abandonar o sistema de conscrição adoptando o modelo de voluntariado.

Em 2004 foi extinto o Serviço Efectivo Normal (SEN), passando o Exército a ter como fonte de obtenção de Recursos Humanos (RH), os modelos de Regime de Contrato (RC) e Regime de Voluntariado (RV). Este novo modelo poderá ter trazido resposta às exigências das actuais missões das FA, mas certamente que não fez face à necessidade de RH, acabando por criar um problema na sua gestão.

A profissionalização das FA levou à alteração da forma de recrutamento. O serviço militar deixou de ser obrigatório e passou a ser voluntário. A obtenção de RH passou a ficar sujeito às regras do mercado. Ou seja, as FA passaram a ter que competir com todas as restantes organizações para poder satisfazer as suas necessidades em termos de RH. O Estado tem feito um esforço para garantir a atractividade da profissão militar, nomeadamente com a “lei dos incentivos”. No entanto a actual conjuntura económica nacional e o correspondente aumento da taxa de desemprego provocaram um incremento de voluntários que nem os incentivos nem a melhoria da imagem do Exército tinham anteriormente conseguido. É a análise desta possível relação entre a taxa de desemprego e o número de candidatos, aliada aos motivos de ingresso ao Exército que se pretende estabelecer neste trabalho.

O problema de investigação incide no estudo das intenções de ingresso no Exército em função da situação económica do país, e, em particular da taxa de desemprego.

Pretende-se caracterizar as intenções e os motivos que levam os cidadãos a candidatarem-se ao Exército, de forma a caracterizar as variáveis que melhor explicam as intenções de concorrer num período com uma elevada taxa de desemprego. Assim, analisa-se a dinâmica e os processos respeitantes ao Recrutamento Militar no Exército

Português e quantifica-se a relação com a evolução do desemprego, nomeadamente quanto às intenções de ingresso ao RV/RC e ao Quadro Permanente (QP).

Apresenta-se a seguinte Questão Central (QC) e Questões Derivadas (QD):

QC: Existe uma relação entre a taxa de desemprego e o número de cidadãos que concorreram às fileiras do Exército? Em caso afirmativo como, podemos caracterizar em termos quantitativos e temporais esta proporcionalidade?

QD1: Quais as razões que levam os cidadãos a concorrer às FA?

QD2: Quais as fontes que mais revelam informação sobre o Exército no âmbito do recrutamento?

QD3: Quais as técnicas de recrutamento que suscitam maior curiosidade ao público em geral?

Decorrente das questões de investigação e das variáveis em estudo, formularam-se as seguintes hipóteses (H):

H1: Uma maior taxa de desemprego contribui para um maior número de candidaturas;

H2: As razões de foro extrínseco associam-se a uma maior vontade de concorrer;

H3: Existe uma proporcionalidade anual entre a taxa de desemprego e o número de candidatos a RC\RV.

A metodologia científica adoptada respeita as etapas do procedimento científico propostas por Quivy e Campenhoudt (2008)¹. As normas utilizadas para a realização do TIA foram as normas de Orientação de Trabalhos Escritos da AM de 2002, e quando omissas utilizaram-se as normas do Guia prático sobre a Metodologia Científica (Sarmiento, 2008).

Dos vários métodos existentes, aquele que mais se adequa e que permite ser aplicado num curto espaço de tempo para a atribuição do grau de Mestre é o Inquisitivo, que será o método por excelência a aplicar, no sentido de validar teses ou responder às perguntas formuladas. Assim, a ferramenta de recolha e validação de dados será o questionário, complementada com uma pesquisa e análise bibliográfica, recolha de informação e dados estatísticos.

O trabalho académico que se pretende realizar, exige o cumprimento de determinados vectores e regras, para que se obtenham qualidades de autenticidade, de relevância e

¹ Ver Anexo A

de rigor nos resultados finais. Do conjunto de técnicas de análise utilizadas assumem principal destaque a pesquisa documental, as pesquisas bibliográficas, incluindo bases de dados em suportes electrónicos, os inquéritos por questionário, a análise de dados estatísticos e as observações directas.

Todas estas metodologias são utilizadas no sentido de permitir uma análise coerente e credível das informações recolhidas, através de uma real comparação dos resultados esperados com os resultados obtidos. Neste contexto, a pergunta de partida constitui-se como o fio condutor da investigação, enquadrando o trabalho em quadros conceptuais reconhecidos.

A investigação confina-se à área do recrutamento do Exército Português e nos valores de desemprego entre 2005 e 2010, sendo que apenas farão parte da amostra os indivíduos com idade compreendida entre os 18 anos e os 24 anos, como tal para atingir os objectivos propostos, socorre-se de modelos teóricos actuais e com utilidade para o contexto em estudo.

O trabalho foi articulado em seis capítulos. No capítulo um aborda-se a conjuntura económica nacional, realçando a actual crise económica, as medidas anti-crise criadas pelo governo e as políticas de emprego em Portugal. No capítulo dois é abordada a conjuntura institucional, focando as especificidades da profissão Militar. No capítulo três é abordada a temática do recrutamento e elaborado um enquadramento legal da actual legislação em vigor no Exército, analisa-se também a estrutura actual de recrutamento do Exército, evidenciando o processo, as técnicas e estratégia de recrutamento. No capítulo quatro é efectuada uma abordagem às potencialidades da crise económica do ponto de vista do recrutamento efectuando-se uma integração do Exército no mercado de trabalho como entidade empregadora. O capítulo cinco aborda a metodologia aplicada neste trabalho. No capítulo sexto é efectuada a apresentação e análise de resultados.

CAPÍTULO 1 - CONJUNTURA ECONÓMICA NACIONAL

1.1 INVESTIMENTO E CRIAÇÃO DE EMPREGO

Com o objectivo de encorajar o investimento e a criação de emprego têm sido criadas medidas pelo Governo, que poderão gerar resultados positivos na criação de emprego (Rebelo, 2010).

Foram criados incentivos para o investimento em três grandes áreas: ambiente, energia, cultura e apoio social. São também valorizados o conhecimento e os sistemas de informação, território, património cultural e turismo. *“No seu conjunto são medidas que, não obstante a situação económica pantanosa em que vivemos, poderão potenciar o investimento, criar emprego e, assim, relançar a competitividade”* (Rebelo, 2010, p. 28).

Muitos dos actuais desempregados oriundos de diversas áreas do sector industrial (têxtil, calçado ou automóvel) podem ser formados mediante adequadas acções de reconversão profissional para acederem a outros sectores de actividade, além disso é necessário qualificar e certificar os trabalhadores activos, quer pela formação, quer pelo reconhecimento da sua experiência (Almeida & Rebelo, 2004).

1.2 POLÍTICAS DE EMPREGO

As políticas de emprego² são instrumentos de garantia do direito ao trabalho e têm como objectivo a prevenção e resolução dos problemas de emprego, incluindo a melhoria da qualidade do emprego, a promoção do pleno emprego e o combate ao desemprego no quadro do desenvolvimento socioeconómico, no sentido de melhorar os níveis de bem-estar da população (Governo, 1999).

Procura-se igualmente intensificar a participação dos cidadãos e do conjunto das instituições representativas da sociedade civil na adopção de medidas de política de emprego, contribuindo assim para o reforço da cidadania e para uma maior transparência nas relações entre o Estado e os cidadãos (Governo, 1999).

Neste contexto, cabe salientar ainda a adopção do estímulo ao mercado social de emprego como programa destinado à promoção de actividades dirigidas a

² Decreto-Lei n.º 132/99, de 21 de Abril de 1999

necessidades sociais não satisfeitas pelo normal funcionamento do mercado e combatendo, em simultâneo, o desemprego, a pobreza e a exclusão (Governo, 1999).

Paralelamente à intervenção ao nível destes eixos o documento *Reforma das Políticas Activas de Emprego*³, aponta ainda para, no âmbito de uma revisão legal mais alargada, a necessidade de legislar sobre um conjunto de políticas de emprego, promotoras de maior inserção laboral de certos grupos de pessoas (MTSS, 2007).

Desta forma e partindo de um diagnóstico de segmentação do mercado de trabalho português entre “*trabalhadores com emprego seguro, melhores condições de trabalho e de remuneração e com maiores níveis de empregabilidade e os que se encontram no pólo oposto*” (Rebelo, 2010, p. 168), ou seja os jovens desempregados de longa duração e os trabalhadores idosos, grupo este que sente de dia para dia a sua situação a agravar-se mais com o aumento da taxa de desemprego e com as dificuldades sociais inerentes. Assim o governo apresenta medidas de política de emprego específicas para três grupos de trabalhadores: jovens até aos 30 anos; desempregados de longa duração; e trabalhadores seniores (Quadro 1.1).

Quadro 1.1: Diagnóstico de segmentação do mercado de trabalho em Portugal (MTSS, 2007).

<i>Grupos de Trabalhadores</i>	<i>Principais problemas de segmentação</i>
Jovens	Problemas de transição para a vida adulta activa que se traduzem sobretudo em níveis tradicionalmente mais elevados de desemprego (taxa de desemprego de 16,6 em 2007, média anual), em precariedade (63,5% dos trabalhadores com vínculos não permanentes tem menos de 35 anos)
Desempregados de longa duração	Representam 48,9% do total de desempregados em 2007, uma vez que as possibilidades de retorno ao mercado de trabalho e a um emprego de qualidade tendem a diminuir com a duração do desemprego
Trabalhadores idosos/seniores	Paradoxalmente, registam num contexto de envelhecimento da população uma tendência para o abandono precoce da vida activa. Este facto tem-se traduzido em dificuldades de crescimento ou mesmo sustentabilidade da taxa de emprego junto dos trabalhadores entre os 55 e os 64, que se tem fixado em torno dos 50% (50,9 em 2007)

O problema da segmentação do trabalho tem vindo a ganhar amplitude, exigindo um esforço no sentido da promoção de um “*desenvolvimento socialmente sustentado*”, através de políticas de emprego que incidam, fundamentalmente, em grupos alvo mais desfavorecidos e com maiores dificuldades de inserção no mercado de trabalho. Desta forma os *jovens não podem deixar de ser um dos principais alvos das políticas de emprego europeias*” (Rebelo, 2010, p. 170).

³ Disponível em: <http://www.mtss.gov.pt>

1.3 CRISE INTERNACIONAL E DESEMPREGO

Ao panorama já complexo e preocupante da evolução da economia mundial, juntou-se recentemente à consciência de uma ‘crise’ de grandes proporções, que provém, em primeira instância, da peculiar globalização financeira do capitalismo actual, mas que inevitavelmente se vai propagando à esfera da chamada economia. Na actualidade verifica-se uma convergência económica (“*no sentido de economia de mercado*”) e política (“*adopção de regime democrático*”) no mundo, em que a maioria dos países se junta em redor do mesmo sistema político e económico (Rebelo, 2010, p. 203).

A ascensão de grandes potências economias, como é o caso da China⁴ e a integração de países de Leste na União Europeia (UE) cria dois campos assimétricos. Em que de um lado temos as grandes potências económicas que tentam impor as suas regras e, do outro, as pequenas economias que tentam conviver com estas regras permanecendo assim os desequilíbrios económicos e políticos (Rebelo, 2010).

Glória Rebelo afirma que “*é neste contexto, complementado por uma revolução que influência a economia mundial – a Internet e a tecnologia de informação - que se dá o choque financeiro de 2008 e a actual crise internacional*” (2010, p. 204), pela qual também Portugal está a ser alvo.

A crise económica internacional actual é principalmente uma crise de confiança, que se manifesta nos diversos níveis da nossa sociedade, evidenciando-se na quebra acentuada do consumo e na retracção do investimento privado. Esta situação gera uma retracção das empresas, com consequências no aumento do desemprego⁵ (Rebelo, 2010), que actualmente atinge o valor de 9,5% na UE⁶ (Eurostat, 2011).

1.4 CRISE E MEDIDAS DE APOIO AO EMPREGO EM PORTUGAL

Procurando reagir conjuntamente à crise, os líderes europeus anunciaram um plano de medidas com vista a ser aplicado em cada um dos Estados membros com a flexibilidade necessária à diversidade dos sistemas financeiros e regras nacionais. Constatou-se no entanto que a resposta europeia ficou aquém das expectativas, obrigando os vários governantes europeus a implementar medidas nacionais capazes de salvaguardar o investimento, o poder de compra, e o emprego como os pilares da sua política económica nacional (Rebelo, 2010).

⁴ Segundo dados da OMC, as exportações chinesas ultrapassaram já as da Alemanha em 2009, sendo os valores respectivamente de 521,7 e 521,6 biliões de dólares.

⁵ Ver Anexo B

⁶ Ver Anexo C

Após a entrada em recessão e com o agravar da situação social, o governo adopta uma serie de medidas (Quadro 1.2) destinadas a aliviar os orçamentos das empresas e das famílias. Estas medidas visam três propósitos simultâneos: evitar a redução do rendimento das famílias; estimular a qualificação, através de formação profissional; manter o emprego (postos de trabalho) (Rebelo, 2010).

Quadro 1.2: Medidas temporárias de apoio à manutenção do emprego e ao aumento das qualificações (Rebelo, 2010).

<i>Diplomas</i>	<i>Medidas</i>
Portaria n.º126/2009, de 30 de Janeiro	Cria o programa Qualificação - Emprego.
Portaria n.º127/2009, de 30 de Janeiro	Cria e regula o funcionamento dos gabinetes de inserção profissional.
Portaria n.º128/2009, de 30 de Janeiro	Regula as medidas «Contrato emprego -inserção»
Portaria n.º129/2009, de 30 de Janeiro	Regulamenta o Programa Estágios Profissionais
Portaria n.º130/2009, de 30 de Janeiro	Prevê medidas excepcionais de apoio ao emprego e a contratação.
Portaria n.º131/2009, de 30 de Janeiro	Regulamenta o programa de Estágios Qualificação - Emprego.
Portaria n.º331-D/2009, de 30 de Março	Primeira alteração à portaria n.º 126/2009, de 30 de Janeiro, que cria o Programa Qualificação - Emprego.
Portaria n.º765/2009, de 16 de Julho	Segunda alteração à Portaria n.º 126/2009, de 30 de Janeiro, que cria o Programa Qualificação – Emprego

No que diz respeito às medidas de apoio ao emprego, assume principal protagonismo a Iniciativa para o Investimento e o Emprego⁷. Cria-se assim um programa que visa aproveitar os períodos de redução de actividade nas empresas para melhorar a qualificação dos trabalhadores e assegurar os níveis de emprego, através de medidas de apoio ao emprego (Quadro 1.3) (Rebelo, 2010).

Destaca-se como principal medida de apoio aos empregadores que contratam jovens até aos 30 anos um incentivo monetário de apoio à contratação.

Quadro 1.3: Medidas de apoio ao Emprego em 2009 (Rebelo, 2010).

<i>Grupo de pessoas</i>	<i>Medidas/ Incentivos</i>
Jovens	Os empregadores que contratem sem termo jovens até 30 anos à procura do primeiro emprego beneficiam de um pagamento de apoio a contratação de 2.000€, mais 2 anos de isenção de pagamento de contribuições para a segurança social. Alargamento dos estágios profissionais para jovens.

⁷Conjunto de “medidas específicas de apoio ao emprego” que visam: manter o emprego; apoiar os jovens no acesso ao emprego; apoiar o regresso ao emprego; alargar a protecção social. (Ministros, 2009)

Quadro 1.3: Medidas de apoio ao Emprego em 2009 (Rebelo, 2010). (Continuação)

<i>Grupo de pessoas</i>	<i>Medidas/ Incentivos</i>
Desempregados	<p>Apoio à integração de desempregados em instituições não lucrativas (compensação acrescida ao subsídio de desemprego, até ao máximo de um ano).</p> <p>Os empregadores que contratem sem termo desempregados de longa duração com mais de 30 anos beneficiam de um pagamento de apoio à contratação de 2.000€, mais 2 anos de isenção de pagamento de contribuições para a Segurança Social.</p> <p>Os empregadores que contratem a termo desempregados de longa duração com mais de 55 anos beneficiam da redução em 50% da contribuição para a Segurança Social.</p> <p>Criação do Programa de Estágios Qualificação - Emprego, destinados a desempregados de qualquer idade, que melhoraram as suas qualificações (por exemplo, nas Novas oportunidades, nos cursos de especialização tecnológica ou por via de novas licenciaturas).</p> <p>Apoio à criação do próprio emprego por desempregados, através de linha de crédito específica e bonificada.</p>
Trabalhadores com mais de 45 anos	Redução em 3 pontos percentuais das contribuições para a Segurança Social a cargo do empregador, para empresas até 50 trabalhadores, sob condição de manutenção do nível do emprego.
Empresas	Apoio a empresas em situação de redução temporária de actividade, sob condição de manutenção do nível de emprego e não realização de despedimentos colectivos.
Empresas em situação de redução temporária de actividade	Apoio a empresas e trabalhadores, sob condição de manutenção do nível de emprego e não realização de despedimentos colectivos.

1.5 MEDIDAS ANTI-CRISE EM PORTUGAL

Com o agravar da situação económica e social, os executivos europeus recorreram a um conjunto de medidas anti- crise (Quadro 1.2, Quadro 1.3) que, genericamente, favorecem fiscalmente as empresas que apostem no investimento produtivo; fortalecem estruturas regionais capazes de aproximar os bancos das Pequenas e Médias Empresas (PME) e das microempresas com necessidade de crédito reforçam a negociação sectorial ou de empresas; ou robustecem as medidas públicas de investimento social, em particular de apoio aos desempregados e de reforço dos mecanismos e condições de acesso à formação profissional (Rebelo, 2010).

Portugal não foi excepção, com o acentuar da crise foi criado um plano anti- crise que assentou em cinco eixos: incentivo ao emprego e reforço da protecção social; apoio especial à actividade económica, exportações e PME; investimento tecnológico; e reforço da transparência dos mercados financeiros (Rebelo, 2010).

São de realçar o reforço da transparência do mercado por via da nova legislação financeira e um conjunto de medidas de apoio ao emprego, em especial a Iniciativa para o Investimento e o Emprego (Rebelo, 2010).

CAPÍTULO 2 - CONJUNTURA INSTITUCIONAL

2.1 A PROFISSÃO MILITAR

O conceito de profissão como vocação, dever e realização terrena, encontra-se ligada à implantação do capitalismo nas sociedades ocidentais (Vieira, 2002). Segundo Janowitz “*A profissão militar é um completo estilo de vida*” (Janowitz, 1971).

Para Huntington (1957) na profissão militar verificam-se as três principais características do tipo ideal de profissão: a destreza (no caso dos militares para o manejo dos meios de coação do Estado), o espírito corporativo (uma consciência esclarecida da identidade que liga todos os militares) e as responsabilidades (na designação dos militares mais capazes para ocupar os cargos de direcção). Huntington (1957) afirma ainda que o profissional militar é “obediente e leal para com a autoridade do Estado; política e moralmente neutral.

A profissão militar, tradicionalmente focalizada na autoconcepção do guerreiro típico ou do chefe heróico, tem vindo a incorporar novos papéis, nomeadamente o de gestor militar e de técnico militar. Janowitz conclui que a profissionalização das Forças Armadas tenderá para a convergência com as estruturas e normas civis (Vieira, 2002).

O cumprimento das missões das FA envolve a execução de actividades complexas e, devido a essa complexidade, institucionalizou-se uma super estrutura administrativa burocratizada, com alto nível de especialização e onde a subordinação a normas impessoais é uma exigência absoluta. Estando os militares submetidos a uma estrutura hierarquizada de disciplina rígida e direcção rigorosa, onde as tarefas são repartidas de forma sistemática e ordenada (Vaz, 2001).

Os profissionais militares são os actores e administradores da violência armada, legítima e organizada, sob a direcção e controlo do poder político democraticamente instituído (Vieira, 2002). No cumprimento da missão de defesa militar o empenhamento individual poderá ir até ao sacrifício da própria vida (Roqueplo, 1979). Daqui os constrangimentos e, ao mesmo tempo, as garantias e as compensações que um estatuto específico confere aos cidadãos - militares. A especificidade da profissão militar procede ainda do carácter absoluto da missão e da obrigação de disponibilidade que ela implica. O Estado, para sua sobrevivência, tem que poder contar, em todas as circunstâncias, com a instantaneidade da reposta da componente militar (Vieira, 2002).

Assim o profissional militar é nomeadamente: obediente e leal para com a autoridade do estado; competente nos assuntos militares; dedicado na utilização da sua capacidade

para proporcionar segurança ao estado; politicamente e moralmente neutral. O seu sentido de compromisso profissional é conformado por uma ética que reflecte um conjunto, cuidadosamente incutido, de valores e atitudes que constitui uma singular perspectiva profissional (ou mentalidade militar) caracterizada como realista e conservadora (Jenkins & Moskos, 1981).

2.2 A CONDIÇÃO MILITAR

A condição militar traduz-se fundamentalmente num elevado sentido de missão e noção do dever, factores indispensáveis ao alto grau de coesão e espírito de corpo que devem caracterizar as FA. São estes factores que aliados aos riscos exigências e sujeições da condição militar, impõem o respeito de todos os cidadãos e apreço da Nação, justificando, em contrapartida, a consagração de especiais direitos, compensações e regalias. A condição militar tem uma natureza própria que, de modo claro e indiscutível distingue do estatuto dos demais servidores do Estado (Vieira, 2002).

Entre os mais importantes conceitos prescritos nas Bases Gerais do Estatuto da Condição Militar⁸, importa salientar: 1) A permanente disponibilidade para lutar em defesa da Pátria, se necessário com o sacrifício da própria vida; 2) A sujeição aos riscos inerentes ao cumprimento das missões militares, bem como à formação, instrução e treino que as mesmas exigem, quer em tempo de paz quer em tempo de guerra; 3) A permanente disponibilidade para o serviço, seja em termos temporais, seja em termos de mobilidade territorial, ainda que com sacrifícios dos interesses pessoais do militar e da sua família; 4) A restrição constitucionalmente prevista, de alguns direitos e liberdades; 5) A fixação de princípios deontológicos e éticos próprios em matérias muito importantes e sensíveis, como seja o caso da hierarquia, subordinação e obediência ao poder de autoridade. Estes aspectos, em conjunto com outros, evidenciam de forma clara os sacrifícios que a Nação, por imperativos irrenunciáveis, exige e impõe aos militares (Vieira, 2002).

2.3 TIPOLOGIA DAS MISSÕES DO EXÉRCITO

Segundo a página Web do Exército Português:

“Tendo em consideração a actual conjuntura estratégica internacional e os factores de instabilidade, em que o terrorismo transnacional e a proliferação das armas de destruição maciça assumem o maior potencial de ameaça, os correntes modelos de emprego dos instrumentos militares em face das actuais missões, é essencial dispor de um Exército moderno, adequadamente sustentado, capaz de actuar em todo o espectro da conflitualidade actual, particularmente de forma conjunta e combinada” (Visão e Missão, 2011).

⁸ Lei nº 11/89 de 01 Julho de 1989

Desta forma procura-se obter um Exército permanentemente adaptado e adaptável aos desafios e evoluções do ambiente externo e interno com o objectivo central da prontidão da Força Operacional Permanente (FOPE), a qual se pretende cada vez mais projectável e pronta a ser empenhada, através de uma combinação equilibrada das dimensões horizontal e vertical, onde se incluam meios ligeiros, médios e pesados e elementos de Forças Especiais (Visão e Missão, 2011).

Um Exército que evidencie Força e esteja orientado para a procura da excelência, baseado em padrões de exigência sempre mais elevados de Formação e Qualificação, que participe nas formações militares que constituem o paradigma da modernidade e transformação, designadamente nas *Nato Response Force (NRF)* e nos *Battle Group (BG)* e ainda que assuma uma presença efectiva junto da Sociedade, a qual se constitui como seu valor estrutural (Visão e Missão, 2011).

Para fazer face à actual conjuntura estratégica internacional,

“O Exército tem por missão principal participar, de forma integrada, na defesa militar da República, nos termos do disposto na Constituição e na lei, sendo fundamentalmente vocacionado para a geração, preparação e sustentação de forças da componente operacional do sistema de forças” (Visão e Missão, 2011).

Ainda, nos termos do disposto na Constituição e na lei, incumbe também ao Exército:

1) Participar nas missões militares internacionais necessárias para assegurar os compromissos internacionais do Estado no âmbito militar, incluindo missões humanitárias e de paz assumidas pelas organizações internacionais de que Portugal faça parte; 2) Participar nas missões no exterior do território nacional, num quadro autónomo ou multinacional, destinadas a garantir a salvaguarda da vida e dos interesses dos portugueses; 3) Executar as acções de cooperação técnico-militar nos projectos em que seja constituído como entidade primariamente responsável, conforme respectivos programas; 4) Participar na cooperação das FA com as forças e serviços de segurança, nos termos previstos no artigo 26.º da Lei Orgânica n.º 1-A/2009, de 7 de Julho; 5) Colaborar em missões de protecção civil e em tarefas relacionadas com a satisfação das necessidades básicas e a melhoria da qualidade de vida das populações.

Compete também ao Exército assegurar o cumprimento das missões particulares aprovadas, de missões reguladas por legislação própria e de outras missões de natureza operacional que lhe sejam atribuídas (Almeida, 2001).

2.4 RECRUTAMENTO

As alterações nas organizações são uma constante e o Exército Português como organização enraizada dentro de uma sociedade também não é alheio a estas alterações.

Segundo Almeida (2001, p. 71)

“A necessidade de dispor de recursos humanos permanentemente disponíveis, motivados e qualificados, capazes de intervir não apenas internamente, mas fundamentalmente em missões humanitárias, de prevenção de conflitos e de gestão de crises a nível externo, tem obrigado a repensar os “Exércitos de tempo de paz”, os quais deixaram de viver preocupados apenas com a defesa das suas fronteiras”.

Assim, o modelo de conscrição tem dado lugar a uma profissionalização ou semi-profissionalização das FA de quase todos os países europeus (Almeida, 2001). Portugal neste contexto não é excepção e as FA Portuguesas têm vindo a efectuar “reduções nos efectivos e alteração no sistema de recrutamento e na sua estrutura” (Almeida, 2001). A mudança que mais salta à vista é, sem dúvida, a passagem de um sistema de conscritos para uma profissionalização das FA alimentada à custa de voluntários e contratados. E como não poderia deixar de ser, esta profunda alteração vem dar uma nova imagem às operações de recrutamento⁹. Com este novo modelo surge também um novo conceito, o conceito de Dia da Defesa Nacional (DDN)¹⁰, onde todos os cidadãos têm de comparecer obrigatoriamente. Segundo Almeida (2001, p. 74), com esta nova LSM existe um afastamento em relação ao jovens com a instituição militar pela “perda da vivência decorrente da passagem pelas fileiras”.

A estrutura de Recrutamento do Exército está sujeita às mesmas regras do mercado de trabalho que qualquer outra Instituição, tornando-se necessário que consiga responder de forma eficiente às necessidades das Instituição (Moura, Morgado, Palhoco, Pinheiro & Brito, 2010). Tal como nos sugere Monteiro (2003) o Exército é o ramo das FA que mais dependia do antigo Serviço Efectivo Normal (SEN), confrontando-se então na actualidade com o desafio de conseguir recrutar o número de voluntários pré-estabelecidos nos objectivos de recrutamento.

⁹ Nos dias de hoje o recrutamento compreende três modalidades segundo o art.º 7º da LSM: Recrutamento normal – para a prestação de serviço em regime de contrato ou em regime de voluntariado; Recrutamento especial – para a prestação de serviço efectivo voluntário nos Quadros Permanentes; Recrutamento excepcional – para a prestação de serviço efectivo decorrente de convocação ou mobilização.

¹⁰ O Dia da Defesa Nacional visa sensibilizar os jovens para a temática da defesa nacional e divulgar o papel das Forças Armadas, a quem incumbe a defesa militar da República. A sua comparência é um dever militar obrigatório para todos os cidadãos portugueses que cumpram 18 anos de idade, que ocorre nos Centros de Divulgação de Defesa Nacional, sedeados em unidades militares dos três ramos das Forças Armadas, de acordo com os editais de convocação. (<http://www.mdn.gov.pt/mdn/>)

CAPÍTULO 3 - RECRUTAMENTO

3.1 CONCEITO E PROCESSO DE RECRUTAMENTO

“O recrutamento refere-se ao processo – ou tramitação, se quisermos – que decorre entre a decisão de preencher um cargo vago¹¹ e o apuramento dos candidatos que preenchem o perfil da função e reúnem condições para ingressar na organização” (Camara, Guerra & Rodrigues, 2003, p. 315).

O processo de recrutamento é complexo e desenvolve-se em vários níveis¹², que vão desde a recolha das respostas aos anúncios (candidaturas), e termina com a aceitação da oferta do lugar e a celebração do contrato de trabalho (Camara, Guerra & Rodrigues, 2003).

O objectivo do recrutamento consiste em atrair candidatos e, para que seja eficaz, deverá fazê-lo em número suficiente para alimentar o processo de selecção e assim permitir que este funcione. Trata-se pois de um sistema de informação que visa a divulgação da oferta de oportunidades de emprego ao mercado de RH (Chiavenato, 2000).

3.2 TIPOS DE RECRUTAMENTO

Dos vários tipos de recrutamento (recrutamento interno, recrutamento externo, recrutamento misto, recrutamento on-line, etc.), tendo em conta o objecto do estudo optou-se por definir apenas o recrutamento externo.

3.2.1 RECRUTAMENTO EXTERNO

Recorre-se ao recrutamento externo quando se pretende preencher o cargo vago com candidatos externos à organização, sendo estes atraídos pelas técnicas de recrutamento (Rocha, 1997). Trata-se portanto de uma procura de candidatos no mercado de trabalho (Camara, 2003).

A procura no mercado requer a definição à priori da estratégia a seguir, estando esta dependente de duas variáveis: que função se pretende preencher e que vantagens e inconvenientes pode trazer para a empresa (Camara, 2003).

¹¹ Ver Anexo D

¹² Ver Anexo E

Relativamente à função a preencher, a organização pode optar por recrutar directamente¹³ ou indirectamente¹⁴ utilizando serviços externos especializados. Se a escolha recair sobre esta última hipótese, a empresa tem à sua disposição os seguintes serviços: *headhunters*¹⁵ ou «caçadores de cabeças», *search* ou consultores de pesquisa directa, e consultores de recrutamento (Camara, 2003).

No que respeita à segunda variável referida, se a organização considerar que para si a sua apresentação ao mercado traz vantagens, irá através do anúncio e em adição ao próprio recrutamento, reforçar a sua reputação transmitindo Valores e Cultura em frases como por exemplo «as pessoas são a base do nosso sucesso». Por outro lado, a organização pode considerar que a apresentação ao mercado traz inconvenientes como dar informação à concorrência da sua pretensão em expandir a sua actividade ou receio de repercussões internas indesejáveis no caso de existirem colaboradores interessados na função em questão (Camara, 2003).

3.2.1.1 Vantagens do Recrutamento Externo

O recrutamento externo apresenta como vantagens: 1) O ingresso de novos indivíduos na organização (Camara, 2003), trazendo novas formas de pensar que permitem alargar as competências existentes (Camara, 2003); 2) Os recém ingressados são possuidores de novos conhecimentos sobre a indústria e o mercado que irá enriquecer a organização (Rocha, 1997); 3) Enriquecimento da base de dados de candidatos permitindo ter em arquivo dados de candidatos que futuramente poderão vir a preencher as necessidades da organização (Camara, 2003); 4) A imagem da empresa como empregadora é reforçada (Camara, 2003).

3.2.1.2 As Desvantagens do Recrutamento Externo

¹³ O recrutamento directo é realizado pela empresa sendo ela própria que recorre ao mercado utilizando os *media* (Chiavenato, 2000).

¹⁴ A empresa não possui recursos próprios para efectuar recrutamento e selecção ou ainda quando esta pretende distanciar-se do processo, a organização tem de optar pelo contacto com empresas especializadas (Chiavenato, 2000).

¹⁵ O *headhunting* consiste numa “abordagem directa por parte de um consultor a um conjunto de potenciais candidatos visando despertar o seu interesse por uma nova oportunidade profissional” tendo como objectivo a identificação do profissional que, num dado momento, reúne as condições para integrar com sucesso a organização promotora do recrutamento, encara os desafios colocados e está capacitado para concretizar os objectivos propostos (Peretti, 2001).

As desvantagens do recrutamento externo são os seguintes: 1) É mais dispendioso em tempo (Caetano & Vala, 2007) e em custos (Rocha, 1997) comparativamente ao recrutamento interno; 2) O nível de segurança é inferior ao do recrutamento interno (Caetano & Vala, 2007) pois não se conhecem os futuros colaboradores (Caetano & Vala, 2007) e existe risco de um recrutamento inadequado (Rocha, 1997); 3) Existe o risco de incompatibilidade cultural entre o colaborador e a organização (Camara, 2001), podendo levar à rejeição do novo membro pelos colaboradores da empresa (Camara, 2001); 4) As perspectivas e ideias dos novos colaboradores podem ser descuradas pelos colaboradores da organização (Mejia, Balkin & Cardy, 1995); 5) É necessário um período de adaptação e orientação do novo colaborador (Mejia, 1995); 6) Comporta o risco de frustrar as expectativas de carreira dos colaboradores da organização (Mejia, 1995) caso todas as vagas a preencher sejam ocupadas por pessoas externas à organização (Caetano & Vala, 2007) transmitindo a noção de estagnação nas oportunidades de carreira (Câmara, 2001); 7) Pode originar desmotivação entre os colaboradores da organização (Rocha, 1997).

3.3 TÉCNICAS DE RECRUTAMENTO

Tendo em conta o objecto de estudo a análise que se propõe incide sobre o recrutamento externo, ou seja, quando se pretende preencher o cargo vago com candidatos externos à organização, sendo estes atraídos pelas técnicas de recrutamento (Chiavenato, 2000). Trata-se portanto de uma procura de candidatos no mercado de trabalho (Camara, 2001).

O recrutamento externo recorre a várias técnicas de recrutamento, sendo elas: 1) Arquivo de Currículos (CV) de candidatos que os enviaram espontaneamente ou arquivados de anteriores recrutamentos (Rocha, 2010); 2) Anúncios em jornais ou revistas (Rocha, 2010); 3) Apresentação de candidatos pelos colaboradores da organização (Chiavenato, 2000); 4) Agências de recrutamento (Caetano & Vala, 2007); 5) Cartazes ou anúncios na portaria das organizações (Caetano & Vala, 2007); 6) Sindicatos (Caetano & Vala, 2007); 7) Universidades e Escolas (Caetano & Vala, 2007); 9) Empresas que actuam no mesmo ramo de actividade com as quais se estabelece cooperação mútua (Rocha, 2010);

3.3.1 MODELO DE RECRUTAMENTO DO EXÉRCITO

A Lei de Serviço Militar (LSM) (Lei n.º 174/99 de 21 de Setembro)¹⁶, determina que um órgão central integrado na estrutura do Ministério de Defesa Nacional (MDN) planeie, dirija e coordene o processo de recrutamento (n.º 1 do art.º 12º da LSM). Com o Regulamento da Lei de Serviço Militar (RLSM), estabelecida através do Decreto-Lei 289/2000 de 14 de Novembro, inicia-se um processo de institucionalização daquele órgão, tendo sido criada a Direcção Geral de Pessoal e Recrutamento Militar (DGPRM), a quem incumbe, com a colaboração dos ramos, o planeamento, direcção e coordenação do processo de recrutamento militar (art.º 2º do RLSM). Compete aos ramos a execução do processo de recrutamento normal e excepcional dos efectivos que lhes sejam atribuídos (art.º 4º do RLSM) e, em particular ao Exército as operações de recrutamento geral, tendo em vista a obtenção de informação de todos os cidadãos que atinjam, em cada ano, a idade do início das obrigações militares, que se designa de Recenseamento Militar (art.º 16º do RLSM).

A DGPRM é o serviço do MDN de concepção, harmonização e apoio técnico à definição e execução da política de recursos humanos necessários às FA. Incumbe-lhe o planeamento, direcção e coordenação: 1) Do processo de recrutamento militar; 2) Dos incentivos à prestação de serviço militar em RV e RC, bem como das demais atribuições previstas na LSM e no Regulamento de Incentivos; 3) Do estudo das directrizes da política de apoio aos antigos combatentes.

Na estrutura do Exército, o Comando do Pessoal, na dependência directa (CEME), assegura, entre outras, as actividades inerentes ao pessoal. Das várias competências que lhe foram atribuídas, destaca-se a colaboração na direcção, planeamento e coordenação das actividades relativas ao recrutamento militar, para o que, na sua dependência directa ficam: 1) A Direcção de Obtenção de Recursos Humanos (DORH)¹⁷; 2) Os Centros de Recrutamento (CR) e os Gabinetes de Atendimento Público (GAP); 3) O Centro de Psicologia Aplicada do Exército (CPAE); 4) Os Gabinetes de Classificação e Selecção (GCSel).

¹⁶ Esta lei veio introduzir um novo modelo do serviço militar, “implicando a transição gradual de um sistema de Conscrição para um Serviço Militar Voluntário” (Almeida, 2001, p. 73). Na verdade este novo sistema extinguiu o SEN, para um recrutamento contínuo de voluntários.

¹⁷ Ver Anexo F

3.4 MEIOS DE DIVULGAÇÃO DO RECRUTAMENTO

As FA e em concreto o Exército tem a necessidade clara de se fazer mostrar à população em geral, e em particular aos jovens que pretende recrutar, com a actual LSM, o cidadão deixa de vir para o Exército para ser o Exército a ter de ir ao encontro do cidadão.

Como refere James G. McGann:

“...hoje, em dia, em todas as latitudes, existe a consciência de que, mais tarde ou mais cedo, todas as Instituições terão de ser julgadas pela opinião pública, pelo que devem começar, o mais cedo possível, a fornecer um somatório de informações, de tal modo convincentes, que permita às pessoas formular uma ideia exacta sobre as suas actividades, intenções e políticas...” (McGann, 2005)

Como locais/entidades onde deveriam existir informações sobre as FA ou meio de divulgação de recrutamento, podemos identificar: Escolas, Televisão, Juntas de Freguesia e Câmaras Municipais, Jornais, Internet, Centros de Emprego (CE), Rádio, DDN, Unidades Militares, Artigos Militares, Palestras, Diário da República, Delegação do Instituto Português da Juventude (IPJ). Teremos que considerar também como fonte e como canal de transmissão de informação, a família, os amigos e os professores.

3.5 PRINCIPAIS INCENTIVOS AO RECRUTAMENTO

A prestação de serviço nos regimes de contrato e de voluntariado deve, de acordo com as necessidades das FA, ser incentivada pelo Estado. As medidas de incentivo devem promover e apoiar, finda esta prestação, a reinserção do cidadão na vida activa civil, de acordo com o Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em RC e RV¹⁸ (Romeiro, 2002). O referido Regulamento passou deste modo a constituir-se como uma ferramenta vital para a satisfação de RH, no âmbito da actual política de recrutamento, institucionalizando um conjunto de mecanismos que simultaneamente cativam o ingresso nas fileiras e viabilizam a reinserção no mercado de trabalho após o término da prestação de serviço militar.

Deste modo são consagrados os seguintes incentivos: 1) Apoio à obtenção de habilitações académicas¹⁹; 2) Apoio para a formação e certificação profissional²⁰; 3) Compensações financeiras e materiais²¹; 4) Apoio à inserção no mercado de trabalho²²; 5) Apoio social²³.

¹⁸ Decreto-Lei n.º320-A/2000, de 15 de Dezembro, alterado pelo Decreto-Lei n.º118/2004 de 21 de Maio e posteriormente pelo Decreto-Lei n.º320/2007 de 27 de Setembro.

¹⁹ Capítulo II do Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em (RC) e (RV)

²⁰ Capítulo III do Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em (RC) e (RV)

²¹ Capítulo IV do Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em (RC) e (RV)

²² Capítulo V do Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em (RC) e (RV)

3.6 ESTRATÉGIA DE RECRUTAMENTO

3.6.1 OBJECTIVO

Com base documental no Livro de Estatística (DORH, 2010a) e nos Planos de Comunicação (DORH, 2008) e (DORH, 2009), obtemos os seguintes quadros resumo. No Tabela 3.1 temos que para o ano de 2008 estabelecido como objectivos de recrutamento, 11.423 candidaturas e 5.036 a incorporar. No ano de 2009 os objectivos de recrutamento eram de 12.500 candidaturas e 5.000 a incorporar. Já no ano de 2010 os objectivos de recrutamento eram de 12.000 candidaturas e 5.000 a incorporar.

Tabela 3.1: Objectivos de recrutamento (DORH).

Ano	Objectivos	
	Candidaturas	Incorporados
2008	11.423	5.026
2009	12.500	5.000
2010	12.000	5.000

Tabela 3.2: Resultados Alcançados (DORH).

Ano	Objectivos	
	Candidaturas	Incorporados
2008	6.681	2.652
2009	13.161	4.560
2010	12.295	5.069

Como podemos verificar na tabela 3.2 o resultado alcançado em relação ao ano de 2008 foram de 6.681 candidaturas e 2.652 incorporações, ficando aquém dos objectivos. Em 2009 o número de candidaturas ultrapassaram o objectivo proposto (13.161) e foram incorporados 4.560. Em 2010 alcançaram-se 12.295 candidaturas e incorporaram-se 5.069, alcançando ambos os objectivos.

Quanto ao grau de eficácia que retrata a Tabela 3.3, onde se verifica que o nível dos objectivos alcançados para o ano de 2008, as candidaturas ficaram muito aquém do objectivo pretendido (58%) e consequentemente o efectivo incorporado ficou também muito longe do objectivo (53%). Em 2009 a execução perante os objectivos teve uma subida muito positiva ultrapassando o objectivo em relação às candidaturas (105%) e o efectivo a incorporar foi de 91%. Por sua vez em 2010 o grau de eficácia foi de 103% para as candidaturas e de 102% para as incorporações, ultrapassando-se ambos os objectivos.

Tabela 3.3: Grau de Eficácia (DORH).

Ano	Objectivos	
	Candidaturas	Incorporados
2008	58%	53%
2009	105%	91%
2010	103%	102%

²³ Capítulo VI do Regulamento de Incentivos à Prestação de Serviço Militar em (RC) e (RV)

3.6.2 IDENTIFICAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DOS PÚBLICOS-ALVO

A identificação dos públicos-alvo consiste em realizar a segmentação da sociedade portuguesa, em sectores suficientemente homogêneos, do ponto de vista das suas expectativas e atitudes em relação ao Exército (Monteiro, 2003). Pode-se assim agrupar a sociedade em Público Interno e Público Externo

3.6.2.1 O Público Interno

Este é o público que mais directamente contribui para a imagem institucional do Exército, constitui-se como o primeiro interface com a sociedade, através de relações de vária ordem, quer de natureza familiar, de amizade, ou simplesmente de vizinhança. Este público interno resulta do somatório dos homens e mulheres que como Oficiais, Sargentos, Praças e Funcionários Cíveis, servem o Exército, permitindo com a sua acção e empenhamento, que as missões atribuídas superiormente possam ser cumpridas com o zelo, o rigor e a eficiência exigidos (Monteiro, 2003). Este público devidamente motivado, mediante a sua acção e atitude possibilitam a amplificação, no exterior das capacidades e competências da Organização (Monteiro, 2003).

3.6.2.2 O Público Externo

No âmbito deste grupo, consideram-se, por sua vez, os públicos que seguidamente, se discriminam:

O Poder Político, aqui tratado conjuntamente, na sua vertente dos órgãos de poder executivo e na perspectiva da estrutura partidária que está na sua génese. Cabe ao poder político assegurar as condições para a manutenção da identidade nacional e para o fortalecimento da consciência cívica da população, em termos dos valores de independência e soberania, nesse sentido, deve estar na posse de informações necessárias neste âmbito, bem como sobre os meios considerados necessários ao seu cumprimento (Monteiro, 2003).

Por sua vez os partidos políticos, como informadores, por excelência, da opinião pública, deveriam assumir igualmente, a obrigação cívica de contribuírem para o esclarecimento e para a compreensão do papel e importância das FA, no âmbito das acções de esclarecimento que desenvolvem, e através dos seus órgãos de divulgação próprios (Monteiro, 2003).

Os Órgãos de Comunicação Social assumem-se como um meio incontornável na divulgação, perante a sociedade, das acções e empenhamento das FA, e

consequentemente do Exército, na vida nacional, constituindo-se, deste modo, como um vector estratégico, na manobra da comunicação institucional, que não pode ser subestimado (Monteiro, 2003).

A População, em termos gerais, ao integrar um conjunto alargado de públicos, ao nível nacional, constitui-se, como um alvo de eleição, para as acções de marketing e recrutamento que o Exército pretenda desenvolver, com vista à sua afirmação e credibilidade públicas. Torna-se indispensável reconhecer que largos sectores da população têm um deficiente conhecimento dos assuntos relacionados com a segurança e com a defesa, assim como uma percepção muito vaga sobre qualquer tipo de ameaça externa, como resultado da falta de esclarecimento público que estas questões normalmente suscitam (Monteiro, 2003).

As Forças Vivas Locais constituem-se como um público-alvo de relevo, sempre que as suas áreas de influência coincidam com a distribuição territorial do dispositivo do Exército. Nesse âmbito, a implantação territorial das suas Unidades e Órgãos pode proporcionar o desenvolvimento de uma acção extremamente eficaz na elaboração e na divulgação da imagem do Exército, junto das comunidades locais, que importa explorar (Monteiro, 2003).

O Público Recrutável constitui-se como um dos segmentos da população que obrigará a uma caracterização mais cuidada, uma vez que é aquele que, pela faixa etária que ocupa e pelo perfil sócio cultural, se constitui como o alvo, por excelência para as acções de recrutamento/marketing que sejam desenvolvidas, com vista à sua adesão ao novo modelo de recrutamento voluntário (Monteiro, 2003).

De forma a caracterizar este importante grupo, o CPAE, desenvolveu um conjunto de estudos que o definiram como um segmento da população com uma idade compreendida entre os 18 e os 24 anos, de ambos os sexos, desfrutando de boa saúde física e psíquica, com padrões sócias inerentes à sociedade portuguesa e com uma escolaridade mínima, ao nível do 9ºano (Silva, Oliveira, Marques, & Cardoso, 2002).

Deve-se destacar que este segmento populacional se enquadra dentro de um mais vasto que é a juventude portuguesa, a qual se defronta, hoje, com problemas de índole sócio cultural de uma matriz muito diversa, facilmente permeável ao conjunto de valores materialistas que caracteriza as sociedades de consumo modernas. Neste quadro, sobressaem, igualmente, uma falta de preparação escolar adequada, resultante de um sistema de ensino deficiente e um notório défice dos níveis de formação cívica e de cidadania, mediante as alterações da estrutura tradicional das famílias, em Portugal. Deste modo entender-se-á melhor o alheamento e a falta de sensibilidade que este

público específico vem revelando, para com os problemas relacionados com a defesa nacional e, decorrentemente, para com as próprias FA (Silva, 2002).

Ainda de acordo com os estudos do CPAE (Silva, 2002), o público em análise concentra-se maioritariamente, nas regiões de Lisboa e Vale do Tejo, do Norte e nas regiões mais a litoral. Inquirido quanto ao interesse na adesão ao voluntariado, sobressaem, pela positiva, as questões relacionadas com a formação profissional, a possibilidade de escolha da Unidade de colocação e a participação em missões de apoio à paz; pela negativa destacam-se a falta de estabilidade profissional percebida e os níveis de vencimentos auferidos.

Podemos assim concluir sem surpresa que as questões relacionadas com o tipo de missões a desempenhar, a par do prestígio e do grau de confiança públicos que possam vir a ser reconhecidos pelo Exército, como Instituição, se constituem como os factores decisivos na motivação e captação deste importante público-alvo (Monteiro, 2003).

3.6.3 MENSAGEM A TRANSMITIR

A mensagem a transmitir a cada um os públicos alvos, terá de variar de acordo com as suas características, nomeadamente a da sua eficiência e efectividade (Monteiro, 2003), adaptando-se ao seu público-alvo.

Será assim necessário considerar uma mensagem assente na **eficiência**, baseada no rigor da gestão dos recursos atribuídos, na transparência dos processos utilizados e na adopção de políticas que eliminem estereótipos pré-concebidos, em relação a uma imagem do Exército pouco moderna, rígida e até autoritária que, ainda, prevalece em alguns sectores da sociedade portuguesa (Monteiro, 2003).

Interessa também garantir que a mensagem respeita a característica de **efectividade**, sustentada no valor acrescentado que a acção do Exército garante no quadro constitucional ao país, nomeadamente, através do cumprimento de missões em proveito do interesse público, bem como o empenhamento demonstrado em missões no âmbito das Forças Nacionais Destacadas (FND) e no quadro das organizações internacionais de segurança (Monteiro, 2003).

Estas características deverão dominar as diferentes mensagens destinadas a públicos alvos distintos, de modo a garantir ao Exército uma imagem de credibilidade e de prestígio, transparecendo um quadro de valores, com o qual todos os seus públicos se possam reconhecer e identificar (Monteiro, 2003).

CAPÍTULO 4 - DA CRISE ECONÓMICA ÀS POTENCIALIDADES DE RECRUTAMENTO

4.1 O CONTEXTO DE TRABALHO DO EXÉRCITO

As mudanças em termos de missões e palcos de actuação provocaram alterações cada vez mais crescentes do que é ser militar: por um lado os efectivos do Exército são militares (praças, sargentos, oficiais), por outro são profissionais (técnicos de mecânica, condutores, sapadores, técnicos de laboratório, apontadores, formadores, etc.), ou seja, veio introduzir uma dualidade entre dois tipos de funções: as militares e as profissionais (Morgado, 2010).

Segundo Charles Moskos existem dois tipos de orientações dominantes na profissão militar: a perspectiva/orientação institucional, ou seja, mais relacionada com o sentimento de pertença a uma instituição de uma forma total e abnegada, com um elevado sentido de missão, e, por outro lado a perspectiva/orientação ocupacional, que tende a encarar o seu emprego como outro qualquer, ou seja, como um mero emprego remunerado (Moskos & Wood, 1988). Segal acrescentou ainda que poderão existir militares que são profissionais (ocupacionais) e ao mesmo tempo institucionais (conscientes do particularismo militar que preservam e reproduzem) (Segal, Bachman & Blair, 1977).

Para Janowitz (1971) na actualidade ser militar requer um equilíbrio entre três papéis: o líder heróico, o gestor militar e o técnico militar.

Desta forma, a identidade do que é ser militar tem vindo a acompanhar gradualmente a evolução das FA no seu desenvolvimento tecnológico e profissional, reduzindo-se os seus efectivos mas tornando-os mais qualificados e mais técnicos.

4.2 O CONCEITO DE EMPREGABILIDADE

Com a globalização e consequente abertura dos mercados mundiais à internacionalização de produtos e serviços, as empresas passaram a apostar cada vez mais em novas tecnologias de informação. As pessoas passaram a ter de se actualizar constantemente nas suas competências de modo a estarem sempre adaptadas não só ao seu emprego mas também ao contexto de trabalho envolvente. Esta nova realidade técnico-económica suscita o aparecimento do conceito de empregabilidade, sendo um reflexo da diminuição

dos empregos para a vida, e do aumento do desemprego e de empregos por tempo determinado (Morgado, 2010). Deste modo o mercado de trabalho flexibilizou-se e as relações de trabalho tornaram-se precárias (Helat, Neves & Fernandes, 2007).

A noção de empregabilidade interactiva surge nos finais dos anos 80 do Séc. XX nos Estados Unidos da América (EUA) e corresponde à “capacidade relativa de que um indivíduo dispõe para obter um emprego que o satisfaça tendo em conta a interacção entre as suas características pessoais e o mercado de trabalho” (Almeida, 2007, p. 53).

O conceito de empregabilidade multidimensional pressupõe que consideremos a empregabilidade de um indivíduo como resultante de três factores: 1) Individuais: habilitações escolares e qualificações profissionais dos indivíduos assim como competências sócias e comportamentais, ou seja, constituem o capital humano do indivíduo; 2) Circunstâncias pessoais: circunstâncias familiares, capital financeiro e capital social; 3) Factores externos: dinâmicas do mercado de trabalho, tendências macroeconómicas, formas contratuais, condições de trabalho e políticas de recrutamento (Almeida, 2007).

Tendo em conta esta abordagem interactiva e multidimensional do conceito de empregabilidade, procura-se saber em que medida o Exército contribui para a empregabilidade. Segundo Almeida (2007) para que as organizações promovam os processos de aprendizagem individual e colectiva dos seus trabalhadores devem recorrer-se a dois instrumentos: 1) Políticas de formação profissional: reforçam a capacidade competitiva das organizações e promovem um maior comprometimento dos trabalhadores com a organização, ao valorizar as suas competências num quadro de potencial mobilidade profissional; 2) Formas de organização do trabalho: adopção de formas de organização do trabalho mais participativas e potenciadoras de condições de aprendizagem (Almeida, 2007). Importa referir que com o aumento da formação, existe um crescente risco em que os empregados abandonem a instituição, contudo, este risco é tanto maior quanto menos integrada é a política de gestão de recursos humanos (Morgado, 2010).

Assim o Exército como construtor de empregabilidade deve ser uma Organização Qualificante como “um modelo global de desenvolvimento dos recursos humanos no qual todos os trabalhadores tomam parte nas experiências diárias de aprendizagem” (Almeida, 2007, p. 55) ou segundo Senge (1994) que em “*learning organizations*” fala da organização como local onde os trabalhadores aprendem como se aprende (Senge, Kleiner, Roberts, Ross & Smith, 1994). Assim, no contexto do Exército, em que se exige habilitações mínimas ao nível do 6º ano (classe de praças), em idade bastante jovem, esta característica constitui-se como palco privilegiado de qualificação e de construção da empregabilidade dos jovens no contexto de trabalho do Exército Português (Morgado, 2010).

4.3 O EXÉRCITO E O MERCADO DE TRABALHO, OFERTA/PROCURA

Num mundo que se tornou global, uma avaliação multidimensional – económica, financeira e organizacional – das oportunidades de negócios, recursos e dos riscos, assume especial importância para a actividade das organizações (Rebelo, 2010).

Nos dias de hoje e com o actual sistema de recrutamento, podemos caracterizar a Instituição Militar, realçando a sua identidade e especificidade única, noutra vertente, como uma entidade empregadora em competição com outras organizações, sujeita aos constrangimentos da “*oferta e da procura*” (Moura, Morgado, Palhôco, Pinheiro & Brito, 2010, p. 12).

Em Portugal, verifica-se que as taxas de desemprego juvenil (e sobretudo de jovens licenciados) são efectivamente mais elevadas que na maioria dos países europeus. Consequentemente, as expectativas de emprego são muito distintas daquelas que tinham as anteriores gerações. Outro pormenor que necessita ser realçado, é o facto dos trabalhadores com contratos de duração a termo certo não serem abrangidos por muitas das políticas favoráveis à família, designadamente, licenças por maternidade/paternidade, consultas pré natais, horário para amamentação, faltas para assistência à família, entre outras. Neste sentido as FA vêm aumentadas as suas possibilidades de contratação, ao possibilitarem aos seus “contratados” o acesso a estas condições previstas na lei (Moura, 2010).

4.3.1 POTENCIALIDADES

O Exército é detentor de um conjunto de valores que se assumem como potenciais factores críticos de sucesso, quando correctamente explorados, sendo de considerar: 1) Uma forte cultura organizacional, em que as relações de cooperação, de espírito de corpo e de camaradagem se revelam, de forma destacada; 2) A excelente preparação e formação técnica e profissional dos seus Quadros, em geral, corolário de um sistema de ensino e de instrução ajustado e credível; 3) A interiorização de uma cadeia de valores éticos e institucionais, onde pontificam os sentidos da disciplina e da responsabilidade, os princípios da honra e da lealdade, prosseguindo, em permanência, o rigor e o profissionalismo; 4) A distribuição territorial do seu dispositivo, o qual actua como interface privilegiado, em relação à população, em geral e às comunidades locais, em particular (Monteiro, 2003).

4.3.2 VULNERABILIDADES

De entre outros factores que se vêm constituindo como potenciais limitações para o Exército, como sistema, de salientar: 1) A ausência de uma política de comunicação integrada, suficientemente consistente, na direcção dos seus vários públicos, quer no âmbito interno quer no domínio externo; 2) Uma gestão, ao nível dos recursos humanos, menos eficiente e adaptada às expectativas profissionais dos seus Quadros, Tropas e Funcionários Civis; 3) Uma baixa incorporação tecnológica dos seus sistemas de armas e equipamentos, facto que tem contribuído, de forma evidente, para uma desmotivação dos seus militares (Monteiro, 2003).

4.3.3 OPORTUNIDADES

Levantados os quadros das potencialidades e das vulnerabilidades estruturais que o Exército apresenta, passa-se à exploração do conjunto das oportunidades disponíveis: 1) A participação em operações de apoio à paz, bem como noutros tipos de missões, derivadas de compromissos internacionais assumidos politicamente; 2) A participação em missões de interesse público; 3) A possibilidade de recrutamento voluntário de ambos os sexos, e, em particular, no universo dos jovens à procura do primeiro emprego; 4) A atracção da juventude pelo espírito de aventura e pelas tropas especiais; 5) Um eventual incremento da sensibilidade, por parte do poder político, para com os problemas da defesa nacional e da segurança (Monteiro, 2003).

4.3.4 AMEAÇAS

Igualmente, de acordo com o meio envolvente, devem assinalar-se os potenciais perigos externos, que o Exército não poderá deixar de ter em consideração: 1) Uma afectação desfavorável, para o Exército, das verbas consignadas na Lei de Programação Militar (LPM)²⁴; 2) Uma actuação indiferente por parte dos média; 3) Motivação insuficiente por parte dos jovens para aderir ao modelo profissionalizante das FA (Monteiro, 2003).

²⁴ Lei Orgânica nº. 4/2006 de 29 de Agosto

CAPÍTULO 5 - METODOLOGIA

5.1 MÉTODO

Como forma de dar resposta à questão de partida, o diagnóstico das necessidades de informação e selecção de variáveis relevantes sobre as quais foram recolhidas, registadas e analisadas as informações, teve por base os seguintes métodos (Sarmiento, 2008):

A **análise documental** foi o ponto de partida para o desenvolvimento e a tomada de consciência sobre a problemática em estudo. Esta pesquisa documental começou em Bibliotecas e Estabelecimentos de Ensino Superior, e completou-se com a pesquisa na base de dados e arquivos do Instituto Nacional de Estatística (INE) e Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), DORH e nas suas várias repartições.

O **método inquisitivo** foi escrito e teve por base a investigação por questionário. Foram também consideradas as conversas informais que surgiram no âmbito da problemática deste trabalho e que contribuíram para uma melhor visão e abordagem do tema.

5.2 CARACTERIZAÇÃO DA AMOSTRA

A amostra é do tipo não-probabilística e aleatória (Bryman & Cramer, 1993), constituída por 314 elementos. Optou-se por uma amostra não-probabilística pelo facto da população²⁵ em estudo ser muito grande e encontrar-se bastante dispersa, o que com o tempo disponível para a realização deste trabalho não daria para obter uma amostra representativa da população.

A população inquirida que respondeu ao questionário caracteriza-se por 158 elementos do sexo feminino (50,3%), 156 elementos do sexo masculino (49,7%), fazendo um total de 314 indivíduos (100%), tal como se mostra no gráfico 6.3.

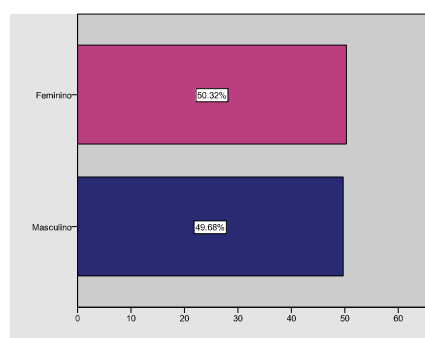


Gráfico 6.1: Distribuição por género.

²⁵ Ver Anexo I

A população inquirida é caracterizada por um público-alvo que dado o objecto do trabalho se define obrigatoriamente pelos jovens com idade compreendida entre os 18 e os 24 anos, correspondendo ao grupo etário alvo das campanhas de recrutamento. Como se pode verificar no gráfico 6.4 que retrata a distribuição por idade, a população inquirida é composta maioritariamente por elementos de 22, 23 e 24 anos de idade correspondendo respectivamente a 25%, 23% e 16% da população inquirida.

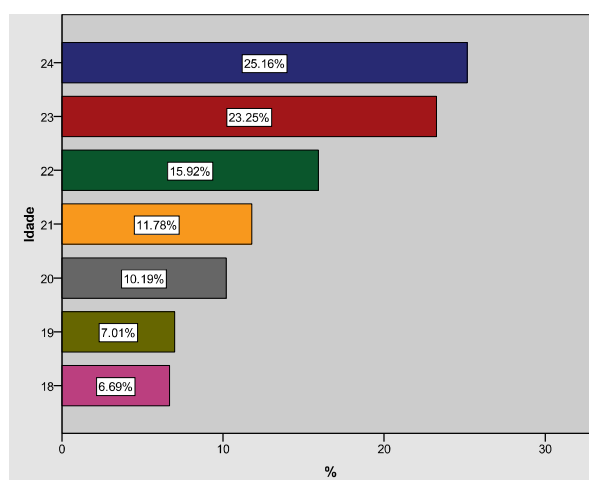


Gráfico 6.2: Distribuição por idade.

No que diz respeito ao grau de habilitações literárias, a população inquirida apresenta 49% com o grau de licenciatura, 33% com o ensino secundário e 12% com mestrado, sendo estes os graus com mais representação, como ilustra o gráfico 6.5.

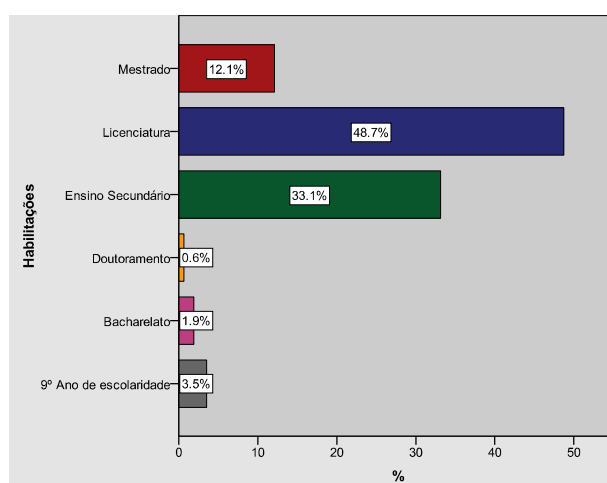


Gráfico 6.3: Distribuição por habilitações literárias.

A questão 4 do questionário não será analisada, serviu unicamente para seleccionar a população alvo da amostra em estudo, uma vez que a população alvo são civis, exclui-se todos os elementos com actividade profissional ligada às FA ou de Forças de Segurança.

Relativamente à área profissional a grande parte da população inquirida é estudante (30,3%), trabalha na área da saúde (22,9%), engenharia (8,9%), ou administração (7%) tal como mostra o gráfico 6.6.

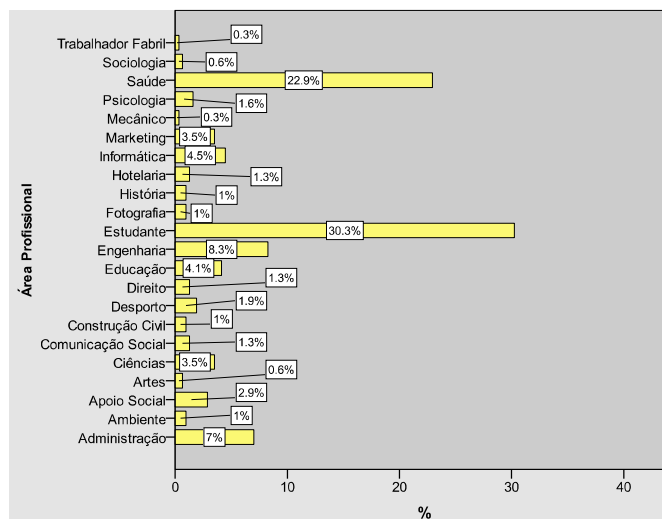


Gráfico 6.4: Distribuição por área profissional.

Quanto à origem geográfica da população inquirida temos como distritos mais representados Braga (32,5%), Santarém (11,5%), Lisboa (11,1%) e Coimbra (9,2), tal como se observa no gráfico 5.5.

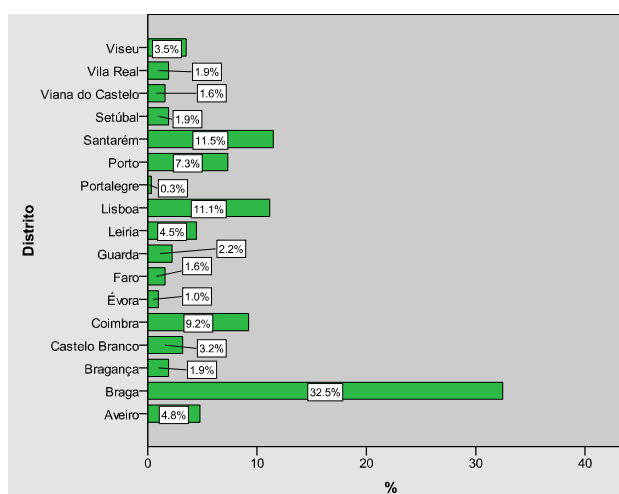


Gráfico 6.5: Distribuição por distrito.

5.3 PROCEDIMENTOS E TÉCNICAS

A investigação iniciou-se com os primeiros contactos preliminares efectuados com a DGPRM onde surgiram as primeiras conversas informais, seguidas de pesquisas na biblioteca do INE e do MTE. Relativamente aos dados foi efectuada uma pesquisa na DORH junto das bases de dados e arquivos quer ao nível da direcção, quer ao nível das suas repartições. Em simultâneo foi efectuada a pesquisa bibliográfica sobre os conceitos desta temática em bibliotecas civis e militares. O principal método usado foi o inquisitivo através dos questionários. Os questionários segundo Quivy e Campenhoudt (2008, p. 188) foram aplicados “a um conjunto de inquiridos”, de forma a poder verificar as hipóteses teóricas e a análise das correlações que essas hipóteses podem possuir.

5.4 DADOS ESTATÍSTICOS

Foram recolhidos dados estatísticos relativos ao ano de 2005 a 2010. Dados estes provenientes das estatísticas nacionais (INE), em que se espelha a taxa evolução do desemprego ao longo deste período²⁶. Foram também fornecidos pela DORH dados relativos às candidaturas e incorporações²⁷ anuais para cada categoria (Oficiais, Sargentos e Praças), nesse mesmo período temporal. Sendo estas as principais fontes secundárias do estudo.

5.5 DESCRIÇÃO DAS TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

A metodologia de investigação por questionário, pretende apreender “as opiniões de terceiros sobre o objecto que se investiga” (Sarmiento, 2008, p. 20). Os questionários foram elaborados com base nas hipóteses de investigação com o objectivo final de ajudar a comprovar a sua total ou parcial confirmação ou não confirmação.

Durante a pesquisa bibliográfica surgiram várias ideias para o desenvolvimento do questionário. O questionário²⁸ depois de construído foi submetido a um estudo piloto com indivíduos pertencentes à população em estudo e verificado por um especialista. O estudo piloto teve por objectivo “evitar ambiguidades e enviesamentos nas

²⁶ Ver ANEXO G

²⁷ Ver ANEXO H

²⁸ Ver APÊNDICE A

perguntas, analisar a lógica das perguntas e o interesse dos respondentes” ²⁹ (Sarmiento, 2008, p. 26), resultando assim no questionário final.

O questionário foi disponibilizado na *internet*³⁰, onde esteve *online* desde as 11h00 do dia 28 Março de 2011 até às 14h00 até ao dia 14 de Abril de 2011, obtendo-se uma elevada taxa de respostas. Foi enviado por correio *email* para a lista dos contactos do autor deste trabalho com uma hiperligação para o site. Foi também colocado o *link* do site na rede social do *Facebook* de forma a obter o maior número de respostas ao questionário. A recepção dos questionários foi através de uma base de dados que era gerada pelo próprio site e que através de uma *password* codificada, dava acesso às respostas do questionário.

Tendo em conta as respostas que este estudo pretende obter, os questionários foram dirigidos ao público-alvo das campanhas de recrutamento, que visa todos os jovens entre os 18 e os 24 anos de idade recrutáveis para o Exército.

O questionário é constituído por 21 questões, agrupadas em quatro grandes áreas, de modo a fornecer respostas às questões previamente formuladas, deste modo as questões 1,2,3,5 e 6 permitiram a caracterização da nossa amostra, nas questões 8, 9, 12 e 17 obteve-se a opinião dos inquiridos relativamente ao Exército, com as questões 11, 11b o grau de assistência a campanhas de divulgação, através das questões 7, 10, 10a e 18 classificou-se o nível de conhecimento dos inquiridos relativamente ao Exército e com as respostas às questões 13, 13a, 14,15, 15a e 16 recolheu-se informações sobre os motivos de ingresso no Exército.

5.6 TRATAMENTO DOS DADOS

Para o tratamento de dados resultantes dos questionários, depois da validação das respostas e verificação de erros, procedeu-se ao seu tratamento estatístico aplicando o *software* estatístico, *SPSS 17.0 for Windows* e os gráficos elaborados em *Microsoft Windows Excel 2007*.

²⁹ “painel que avalia e responde ao questionário” (Sarmiento, 2008).

³⁰ <https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dHZQSTVXTE1ReDd4X0hkd1I0YktlSEE6MQ>

CAPÍTULO 6 - APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

6.1 EVOLUÇÃO DA TAXA DE DESEMPREGO E DO NÚMERO DE CANDIDATURAS

Da análise dos dados estatísticos³¹ verificou-se que a taxa de desemprego da faixa etária dos indivíduos em estudo aumentou ao longo dos anos, verificando-se o maior aumento entre o ano de 2008 e 2010 (respectivamente 16,4% e 20,4%) Gráfico 6.6.

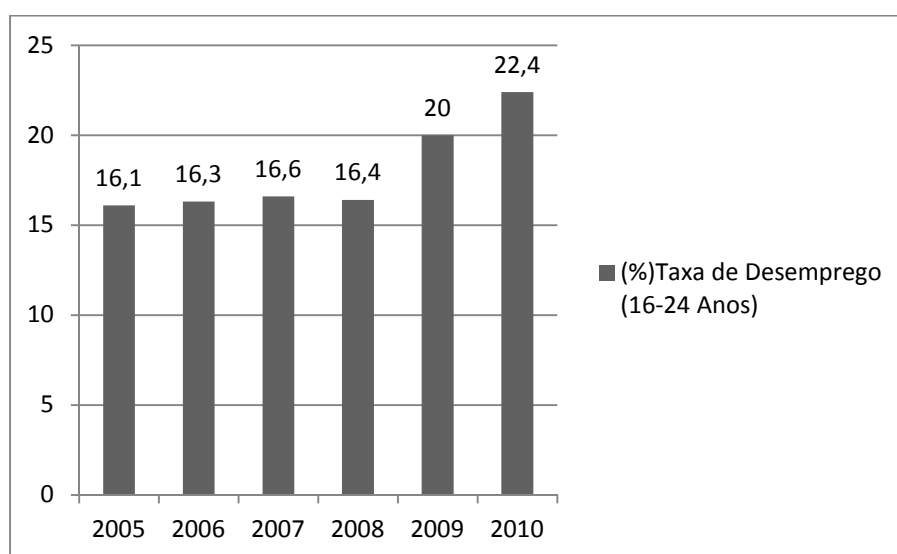


Gráfico 6.6: Evolução da taxa de desemprego da faixa etária dos 16 aos 24 anos (2005-2010).

O número de cidadãos que efectivaram a sua candidatura ao Exército para a classe de Oficiais foi de 81 indivíduos em 2005, 86 indivíduos em 2006, 192 indivíduos em 2007, 413 indivíduos em 2008, 525 indivíduos em 2009 e 864 indivíduos em 2010, verificando-se um aumento de candidaturas ao longo dos anos, sendo esse aumento maior a partir do ano de 2008.

No que diz respeito à categoria de Sargentos, candidataram-se 178 indivíduos em 2005, 290 indivíduos em 2006, 341 indivíduos em 2007, 650 indivíduos em 2008, 447 indivíduos em 2009 e 470 indivíduos em 2010, verificou-se um aumento das candidaturas até ao ano de 2008 em que se atingiu o máximo de candidaturas, decrescendo nos anos seguintes.

³¹ Ver APÊNDICE B

Relativamente à categoria de Praças, candidataram-se 7263 indivíduos em 2005, 5842 indivíduos em 2006, 4701 indivíduos em 2007, 6681 indivíduos em 2008, 13161 indivíduos em 2009 e 10961 indivíduos em 2010, efectuou-se um decréscimo do número de candidaturas desde o ano de 2005 até ao ano de 2007 e depois um aumento significativo até 2010, sendo que o valor máximo foi atingido no ano de 2009, Gráfico 6.7.

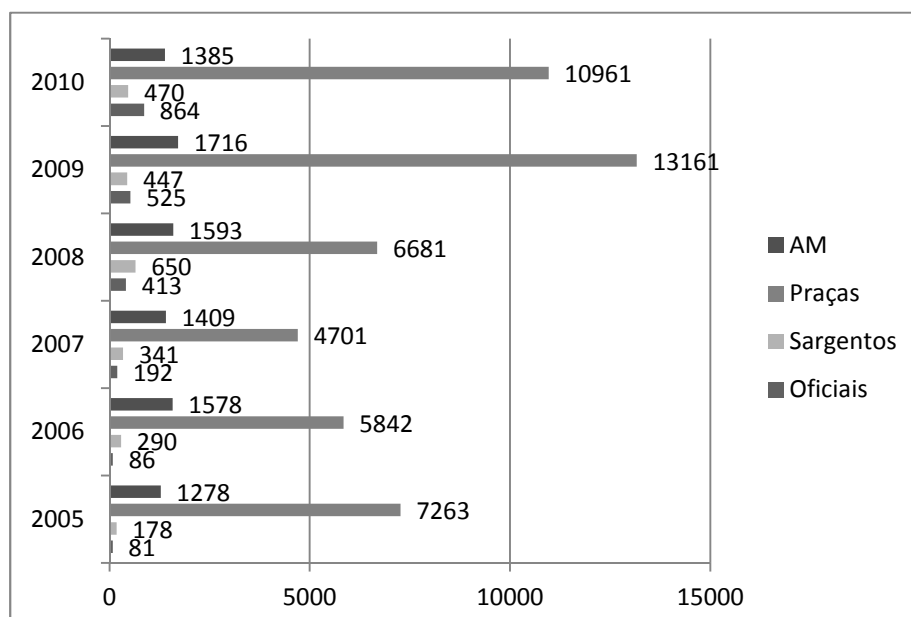


Gráfico 6.6: Evolução do número de candidatos ao Exército.

Relacionando a taxa de desemprego com o número de candidaturas (Tabela 6.4) verifica-se que existe uma relação estatisticamente significativa entre o número de candidaturas à classe de Oficiais e a taxa de desemprego (0,924) e entre o número de candidaturas à classe de Praças e a taxa de desemprego (0,823), sendo que o mesmo já não se verifica na classe de Sargentos, nem nos candidatos à AM.

Tabela 6.4 Correlações entre nº de candidaturas e taxa de desemprego (Correlação de Pearson).

	Oficiais	Sargentos	Praças	Total RVIRC	AM	Taxa Desemprego
Oficiais	1	0,63	0,72	0,78	0,15	0,92**
Sargentos	0,63	1	0,26	0,34	0,53	0,32
Praças	0,72	0,26	1	0,99**	0,35	0,82*
Total RVIRC	0,78	0,34	0,99**	1	0,36	0,85*
AM	0,15	0,53	0,359	0,36	1	0,09
Taxa Desemprego	0,92**	0,32	0,82*	0,85*	0,09	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Verifica-se assim parcialmente a Hipótese 3, existe uma proporcionalidade anual entre a taxa de desemprego e o número de candidatos à classe de Oficiais e Praças, não se verificando a H3 para a classe de Sargentos, nem para os candidatos à AM, a candidatura destes é explicada por um grupo de variáveis de foro intrínseco completamente independentes da situação económica. Através da tabela 6.4 verifica-se também a Hipótese 1, maior taxa de desemprego contribui para uma maior número de candidaturas a RC\RV, sendo a relação de 0,852.

6.2 IMAGEM E MEIOS DE DIVULGAÇÃO DO EXÉRCITO, MOTIVOS DE CANDIDATURA, INFLUÊNCIA DA CRISE ECONÓMICA

Apresentam-se os resultados relativos à opinião dos inquiridos relativamente ao Exército, ao grau de assistência a campanhas de divulgação, ao nível de conhecimento dos inquiridos relativamente ao Exército, aos motivos de candidatura ao Exército e à influência da taxa de desemprego na adesão ao Exército³².

No que concerne à questão 7 **“Conhece a profissão Militar?”**, 272 dos inquiridos (86,6%) responderam que sim e 42 (13,4%) responderam que não, obtendo assim um nível de conhecimento da profissão militar bastante elevado.

Em relação à questão 8 **“Qual das seguintes frases descreve a sua opinião sobre a existência do Exército Português?”**, 105 dos inquiridos (33,4%) consideram o Exército Português essencial, 165 dos inquiridos (52,5%) responderam que o Exército Português é necessário, 42 (13,4%) dos inquiridos responderam que o Exército Português não é necessário mas deve existir, somente 2 (0,6%) dos inquiridos responderam que o Exército Português não é necessário. Obteve-se assim uma resposta muito positiva em relação à opinião dos inquiridos sobre a existência do Exército Português.

Na questão 9 **“Que opinião tem sobre a importância do Exército Português para a Defesa Nacional?”**, 137 dos inquiridos (43,6%) responderam muito importante, 118 (37,6) consideraram importante, 47 dos inquiridos (15%) responderam moderadamente importante, restando 10 inquiridos (3,2%) que responderam pouco importante e 2 inquiridos (0,6) que consideraram nada importante. A grande maioria dos inquiridos revelou uma opinião extremamente positiva em relação a esta questão.

³² Ver APÊNDICE C

Quanto à questão 10 **“Se quiser obter informação sobre o Exército Português sabe onde encontrar?”**, 273 (86,9%) dos inquiridos responderam sim e apenas 41 dos inquiridos (13,1%) responderam não, revelando maioritariamente que sabem onde encontrar informação sobre o Exército Português.

Relativamente à questão 10a **“Se respondeu que sim à questão anterior indique as várias opções onde o faria:”**, questão esta que se encontra relacionada com a questão anterior, na qual os inquiridos que responderam sim na questão anterior (questão 10) indicaram os locais onde o fariam. Assim 248 dos 273 inquiridos (90,8%) que responderam sim indicaram a internet (site do Exército), 110 dos inquiridos (40,3%) indicaram as unidades militares, 105 dos inquiridos (38,5%) indicaram os centros de recrutamento, 103 dos inquiridos (37,7%) indicaram amigos ou familiares e apenas 44 dos inquiridos indicaram a imprensa escrita (jornais, revistas, etc.).

No que diz respeito à questão 11 **“Já assistiu a alguma campanha de divulgação sobre o Exército?”**, 228 dos inquiridos (72,6%) responderam sim e os restantes 86 (27,4%) responderam não.

A questão 11b **“Se sim, onde? (assinale todos os que já assistiu)”**, está relacionada com a questão 11 e apenas responderam os inquiridos que deram uma resposta afirmativa nessa questão (228 inquiridos). Os locais mais assinalados foram Escolas \ Universidades por 123 inquiridos (52%), Dia da Defesa Nacional por 105 inquiridos (45%), Televisão por 72 inquiridos (31%), site do Exército por 61 inquiridos (26%) e feiras de emprego com 56 inquiridos (24%).

Na questão 12 **“Recomenda o ingresso no Exército a um amigo ou familiar?”**, 130 dos inquiridos (41,4%) responderam que recomendavam apenas se ele (a) não tivesse outra saída profissional, 113 dos inquiridos (36%) responderam que recomendavam se ele (A) não conseguisse emprego na sua área profissional, 32 dos inquiridos (12,4%) não recomendava e os restantes 32 dos inquiridos (10,2%), responderam que recomendavam sem dúvidas nenhuma.

Quanto à questão 13 **“Coloca ou já colocou a hipótese de vir a concorrer ao Exército?”**, 176 dos inquiridos (56,1%) responderam sim e os restantes 138 dos inquiridos (43,9%) responderam não.

A questão 13a **“Se sim, em que Regime?”** está relacionada com a questão 13a e apenas responderam os 176 inquiridos (56,1%) que deram uma resposta afirmativa nessa questão, sendo que 81 dos inquiridos (25,8%) responderam Regime de

Contrato, 51 dos inquiridos (16,2) responderam Quadros Permanentes e os restantes 44 inquiridos (14%) responderam Regime de Voluntariado.

Relativamente à questão 14 “**Qual das seguintes situações faria com que ingressasse no Exército?**”, 218 dos inquiridos (69,4%) responderam a falta de outra saída profissional, 49 dos inquiridos (15,6%) responderam vocação própria, 32 dos inquiridos (10,2%) responderam para servir Portugal e os restantes 15 inquiridos (4,8%) indicaram outra situação.

No que concerne à questão 15 “**Atendendo à actual crise económica e consequente falta de Emprego em Portugal, estaria tentado a concorrer ao Exército?**”, 167 dos inquiridos (53,2) responderam sim, 71 dos inquiridos (22,6%) responderam provavelmente sim, 29 dos inquiridos (9,2%) responderam talvez, 25 dos inquiridos (8%) responderam não e os restantes 22 inquiridos responderam provavelmente não (7%).

Na questão 15a “**E no caso de ficar Desempregado(a)?**”, 179 dos inquiridos (57%) responderam sim, 62 dos inquiridos (19,7%) responderam provavelmente sim, 32 dos inquiridos (10,2%) responderam talvez, 21 dos inquiridos (6,7) responderam provavelmente não e os restantes 20 inquiridos (6,4%) responderam não.

No que diz respeito à questão 16, “**O que acha mais aliciante na Profissão Militar? (1=Pouco aliciante; 5=Muito aliciante)**”, o reconhecimento social obteve 3,01 de classificação média com um desvio padrão de 1,14 e uma variância de 1,32; o serviço prestado ao País obteve 3.44 de classificação média, com um desvio padrão de 1,20 e uma variância de 1,46; o vencimento dos militares obteve uma classificação média de 3,49 com um desvio padrão de 1,03 e uma variância de 1,062; a segurança do emprego foi classificada com uma média de 3,78 sendo o desvio padrão de 1,09 e a variância de 1,20; a estabilidade profissional obteve a classificação mais elevada, sendo a média 4,06, com um desvio padrão de 0,98 e uma variância de 0,96.

Relativamente à questão 17, “**Diga, qual a confiança pessoal que tem em cada uma das seguintes instituições: (1=Não tem confiança nenhuma; 5=Tem toda a confiança nessa instituição)**”, a instituição Políticos foi classificada com uma média de 1,76, tendo um desvio padrão de 0,87 e uma variância de 0,75; a instituição Partidos Políticos obteve uma classificação média de 1,80 com um desvio padrão de 0,85 e uma variância de 0,73; a instituição Governo obteve uma classificação média de 2,16 com um desvio padrão de 0,99 e uma variância de 0,98; a instituição Comunicação Social foi classificada com uma média de 2,35, sendo a variância de 0,94 e o desvio padrão de 0,88; a instituição Sindicatos obteve a classificação média de 2,48 com um desvio padrão de 0,94 e uma variância de 0,80; a instituição Assembleia da República foi

classificada com uma média de 2,49 tendo desvio padrão de 1,01 e uma variância de 1,02; a instituição Igreja foi classificada com uma média de 2,56, tendo um desvio padrão de 1,17 e uma variância de 1,37; a instituição Tribunais obteve uma classificação média de 2,66 com um desvio padrão de 0,97 e uma variância de 0,94; a instituição Presidente da República foi classificada com uma média de 2,87, tendo um desvio padrão de 1,04 e uma variância de 1,09; a instituição Polícia obteve uma classificação média de 3,22 com um desvio padrão de 0,91 e uma variância de 0,84; a instituição União Europeia foi classificada com uma média de 3,41, tendo um desvio padrão de 0,90 e uma variância de 0,81; a instituição Nações Unidas obteve a classificação média de 3,68 com um desvio padrão de 0,83 e uma variância de 0,68; a instituição Forças Armadas foi classificada com uma média de 3,81, tendo um desvio padrão de 0,83 e uma variância de 0,68, demonstrando grande confiança por parte dos inquiridos.

No que concerne à questão 18, “**Já ouviu falar do Dia de Defesa Nacional?**”, 300 dos inquiridos (95,5%) responderam sim e os restantes 14 inquiridos (4,5) responderam não, indicando uma elevada taxa de conhecimento sobre o Dia da Defesa Nacional.

Tabela 6.5: Relação entre os motivos de ingresso e a hipótese de concorrer.

Motivo Ingresso no Exército * Hipótese de Concorrer Exército					
			Hipótese de Concorrer		
			Não	Sim	Total
Motivo de Ingresso	Outra	Count	5	10	15
		% within Motivo de Ingresso	33,3%	66,7%	100,0%
		% within Hipótese de Concorrer	3,6%	5,7%	4,8%
		% of Total	1,6%	3,2%	4,8%
	Por não ter outra saída profissional	Count	99	119	218
		% within Motivo de Ingresso	45,4%	54,6%	100,0%
		% within Hipótese Concorrer	71,7%	67,6%	69,4%
		% of Total	31,5%	37,9%	69,4%
	Para servir Portugal	Count	16	16	32
		% within Motivo de Ingresso	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Hipótese Concorrer	11,6%	9,1%	10,2%
		% of Total	5,1%	5,1%	10,2%
	Por vocação própria	Count	18	31	49
		% within Motivo de Ingresso	36,7%	63,3%	100,0%
		% within Hipótese Concorrer	13,0%	17,6%	15,6%
		% of Total	5,7%	9,9%	15,6%
Total		Count	138	176	314
		% within Motivo de Ingresso	43,9%	56,1%	100,0%
		% of Total	43,9%	56,1%	100,0%

Relacionando os motivos de ingresso com a hipótese de concorrer (Tabela 6.5) verifica-se que do total da amostra 138 não colocam a hipótese de concorrer (43,9%) enquanto 176 (56,1%) manifestam uma intenção positiva. Quando se analisam os motivos que levam os indivíduos a concorrer e se relacionam com a hipótese de concorrer ao Exército, dividindo os motivos em motivações intrínsecas (Para servir Portugal e vocação própria) e extrínsecas (por não ter outra saída profissional) verifica-se que dos 56,1% que manifestam uma intenção positiva, 67,6% fazem-no por razões extrínsecas, enquanto 26,7% fazem-no por razões intrínsecas (17,6 + 9,1). Deste modo verifica-se a **Hipótese 2**, razões de foro extrínseco impulsionam a vontade de concorrer ao Exército.

CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A investigação realizada subordinada ao tema “*O recrutamento militar e a conjuntura económica nacional. Estudo sobre a influência da taxa de desemprego na adesão às Forças Armadas*”, estabeleceu como objecto de estudo o recrutamento do Exército Português durante o período de 2005 a 2010, incidindo o problema de investigação no estudo das intenções de ingresso no Exército em função da situação económica do país, e em particular da taxa de desemprego. Deste modo estabelecem-se relações entre a conjuntura económica nacional e a consequente evolução da taxa de desemprego com implicações no rácio de indivíduos a concorrer às fileiras do Exército e exploraram-se as principais condicionantes e motivações de ingresso.

Assim a investigação desenvolveu-se em 4 grandes áreas: 1) Conjuntura económica nacional; 2) Conjuntura institucional; 3) Recrutamento; 4) Potencialidades da crise económica do ponto de vista do recrutamento;

Para responder a estas solicitações seguiu-se uma metodologia que teve por base a revisão de literatura, a análise de dados estatísticos e a pesquisa por questionário dirigida a uma amostra de jovens com idade compreendida entre os 18 e os 24 anos.

A questão central da investigação procura responder à seguinte pergunta: Existe uma relação entre a taxa de desemprego e o número de cidadãos que concorreram às fileiras do Exército? Se sim, como podemos caracterizar em termos quantitativos e temporais esta proporcionalidade?

Resultante da questão central e do problema de investigação analisaram-se os resultados decorrentes das seguintes hipóteses:

Hipótese 1: Uma maior taxa de desemprego contribui para um maior número de candidaturas. Face aos resultados apresentados na análise dos dados estatísticos e na análise das respostas aos questionários **podemos afirmar que a hipótese 1 é confirmada**, ou seja o aumento da taxa de desemprego impulsiona o concurso ao Exército. Os resultados mostram uma relação estatisticamente significativa entre estas duas variáveis. As respostas ao questionário apontam como principais motivos para concorrer ao Exército, a falta de outra saída profissional, a crise económica e o desemprego.

Hipótese 2: As razões de foro extrínseco têm uma maior incidência na vontade de concorrer. De acordo com os resultados apresentados **podemos afirmar que a hipótese 2 é confirmada**, uma vez que a grande maioria dos inquiridos consideram

como mais aliciante na profissão militar a estabilidade profissional e a segurança do emprego e indicaram maioritariamente como motivo de ingresso o facto de não ter outra saída profissional. Esta interpretação deve ser lida de acordo com a conjuntura económica deste ano.

Hipótese 3: Existe uma proporcionalidade anual entre a taxa de desemprego e o número de candidatos a RV/RC. Em concordância com as relações efectuadas e os resultados apresentados **podemos afirmar que a hipótese 3 é confirmada parcialmente**, dado não se verificar qualquer relação entre o número de candidatos à classe de Sargentos nem com o número de candidatos à AM e a taxa de desemprego. A candidatura destes indivíduos poderá estar relacionada com variáveis de foro intrínseco independentes da situação económica. Por sua vez o número anual de candidatos à classe de Oficiais (RV/RC) e à classe de praças está directamente relacionado com a taxa de desemprego.

De acordo com a estruturação do trabalho as conclusões são analisadas em 5 grandes áreas: **Imagem externa do Exército, Informação sobre o Exército, Assistência a campanhas de divulgação, Motivos de Ingresso no Exército e influência da taxa de desemprego \ situação económica na adesão ao Exército.**

Quanto à **Imagem do Exército** verifica-se que o Exército e em geral as Forças Armadas quando comparadas a outras instituições continuam a evidenciar-se pela positiva transparecendo uma imagem muito positiva. Os inquiridos classificaram o Exército como uma instituição bastante credível, muito importante para a defesa nacional e necessária ao país. Estes resultados realçam os valores apresentados por Helena Carreiras no seu estudo publicado em 2009 intitulado *“Inquérito à População Portuguesa sobre Defesa e Forças Armadas”*.

Relativamente à **Informação sobre o Exército**, a maioria dos inquiridos conhece a profissão militar, sabe onde encontrar informação sobre o Exército e privilegia como principais fontes para aceder à informação a *internet* (site do Exército) seguido dos Centros de Recrutamento, Unidades Militares, Familiares e Amigos. Estes são os locais onde se deve apostar em desenvolver campanha de recrutamento, devendo acompanhar a evolução tecnológica e actualizar as campanhas de acordo com a mesma. Os Oficiais, Sargentos, Praças e Funcionários Cívicos enquanto público interno, quando correctamente motivado são uma fonte privilegiada de divulgação das campanhas de recrutamento, uma vez que facilmente transmitem a imagem da instituição para aqueles que os rodeiam, nomeadamente familiares e amigos.

A **Assistência a campanhas de divulgação** regista um público elevado, a grande maioria dos inquiridos já assistiu a campanhas deste tipo nomeadamente no Dia da Defesa Nacional, Escola \ Universidade, Televisão e no Site do Exército. Verifica-se uma aposta correcta nos locais onde estas campanhas se realizam, mas no entanto importa salientar que o Dia da Defesa Nacional é actualmente obrigatório para todos os cidadãos que completem 18 anos nesse ano.

Quanto ao **Ingresso no Exército**, a maioria dos inquiridos coloca ou já colocou a hipótese de vir a concorrer. O regime mais escolhido foi o Regime de Contrato seguido dos Quadros Permanentes, as grandes razões apontadas para o ingresso são o não possuir outra saída profissional e a vocação própria. A estabilidade profissional foi considerada a característica mais aliciante da profissão militar. De acordo com a actual situação económica as características do emprego mais ameaçadas são valorizadas pelo Exército através da Lei dos incentivos, transformando-o numa unidade empregadora com nítida vantagem em relação às restantes organizações civis que competem pelo mesmo público no mercado de trabalho, não obstante as especificidades da profissão militar.

No que diz respeito á **influência da taxa de desemprego na adesão ao Exército** a grande maioria dos inquiridos considerou que tanto a actual crise económica como o caso de ficar desempregado impulsionaria o seu concurso ao Exército. O investimento para a criação de emprego tal como as políticas de emprego e as medidas anti-crise preconizadas pelo governo pretendem oferecer incentivos quer à entidade empregadora quer ao trabalhador (na grande maioria incentivos monetários e fiscais), o Exército continua a sobressair, quer pela sua forte cultura organizacional, quer pelo facto dos trabalhadores com contrato de duração a termo certo terem acesso a uma serie de regalias sociais e de apoio à família (licenças para paternidade \ maternidade, consultas pré natais, faltas para apoio à família, entre outras) previstas na lei.

Conclui-se ainda que a taxa de desemprego está directamente relacionada com o número de candidatos à classe de Oficiais (RV/RC) e à classe de Praças, não se verificando qualquer relação com o número de candidatos à classe de Sargentos. Relativamente ao número de candidatos à AM as variáveis que explicam essa vontade são do foro intrínseco e nada têm a ver com a taxa de desemprego, esses indivíduos demonstram vontade em ingressar independentemente da situação económica nacional.

As limitações encontradas ao longo do desenvolvimento deste trabalho foram o tempo e o limite de páginas imposto. O tempo disponível foi escasso, poderia ter-se obtido

um maior número de respostas aos questionários mas o tempo disponibilizado para a realização do trabalho não permitiu. O limite de páginas imposto é bastante reduzido o que dificultou bastante a elaboração do trabalho, obrigando a uma selecção criteriosa da informação a apresentar.

Tendo em conta o trabalho desenvolvido, sugere-se como investigação futura, o estudo das candidaturas ao Exército, durante todo o processo de Recrutamento e incorporação de modo a estudar as diferenças motivacionais dos militares que ingressam por motivos intrínsecos e extrínsecos.

Este trabalho permitiu identificar uma serie de motivos que levam os cidadãos a concorrer ao Exército, reconhecer os meios de divulgação com maior expressão junto da população tal como as fontes de informação mais procuradas. Os resultados obtidos permitem ainda explicar o aumento do número de candidaturas ao Exército nas classes de oficiais RV\RC e Praças.

BIBLIOGRAFIA

- Almeida, A. J. (2007). Empregabilidade, contextos de trabalho e funcionamento do mercado de trabalho em Portugal. *Revista de Educação nº2*, 51-58.
- Almeida, M. A. (2001). O Recrutamento Excepcional no Contexto do Novo Modelo do Serviço Militar. Implicações e Desafios. *Boletim nº 54, IAEM*.
- Almeida, P. P., & Rebelo, G. (2004). *A Era da Competência - Um novo paradigma para a Gestão de Recursos Humanos e o Direito do Trabalho*. Lisboa: Editora RH.
- Bryman, A., & Cramer, D. (1993). *Análise de dados em ciências sociais – Introdução às técnicas utilizando o spss (2º ed.)*. Oeiras: Celta Editora LDA.
- Caetano, A., & Vala, J. (2007). *Gestão de Recursos Humanos Contextos, Processos e Técnicas*. Lisboa: RH Editores.
- Camara, P. B., Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2001). *Humanator, Recursos Humanos & Sucesso Empresarial*. Lisboa: Dom Quixote.
- Camara, P. B., Guerra, P. B., & Rodrigues, J. V. (2003). *Humanator, Recursos Humanos e Sucesso Empresarial (6ª Edição)*. Lisboa: Edições Dom Quixote.
- Carreiras, Helena, (2009). *Inquérito à População Portuguesa sobre Defesa e Forças Armadas*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências e Tecnologias.
- Chiavenato, I. (2000). *Recursos Humanos*. São Paulo: Atlas.
- Eurostat. (s.d.). Obtido em 1 de Março de 2011, de European Commission: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu>.
- Governo. (1999). Lei-Quadro da Política de Emprego . *Diário da República 93/99 SÉRIE I-A*, 2113-2117.
- Helat, D. Neves, J. A., & Fernandes, D. C. (2007). Empregabilidade Gerencial no Brasil. *RAC Electrónica*, 1-19.
- Huntington, S. P. (1957). *The Soldier and the State*. EUA.
- Janowitz, M. (1971). *The Professional Soldier*. Nova Iorque: Free Press.
- Jenkins, G. H., & Moskos, C. C. (1981). *Armjed Forces and Society*. Londres: Sage Publications.
- McGann, J. G. (2005). *Comparative Think Tanks, Politics and Public Policy*. EUA: EE.
- Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy, R. L. (1995). *Managing Human Resources*. USA: Prentice Hall.
- Monteiro, C. A. (2003). *A importância da publicidade e do marketing para a imagem do Exército e como contributo para o recrutamento normal. Da formação às implicações, responsabilidades e desafios*. Lisboa: Instituto de Altos Estudos Militares.

- Morgado, C. B. (2010). O Papel do Contexto de Trabalho no Exército como potenciador de Empregabilidade das Praças em RV/RC. *Revista de Psicologia Militar Nº19*, 9-38.
- Moskos, C. C., & Wood, F. R. (1988). *The Military: More Than Just a Job?* Washington: Pergamon-Brassey's.
- Moura, M. C., Morgado, T. C., Palhóco, A. V., Pinheiro, A. P. & Brito, A. C. (2010). Variáveis Sociológicas Influenciadoras do Recrutamento e Retenção no Exército Português. *Boletim de Sociologia Militar 1*, 11-36.
- MTSS, M. d. (2007). Proposta de Reforma das Políticas Activas de Emprego, 1-58.
- Peretti, J. M. (2001). *Recursos Humanos*. Lisboa: Sílabo.
- Rebelo, G. (2010). *Trabalho e Emprego*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Rocha, J. A. (2010). *Gestão dos Recursos Humanos na Administração Pública*. Lisboa: Escolar Editora .
- Rocha, J. O. (1997). *Gestão de Recursos Humanos*. Lisboa: Editorial Presença.
- Romeiro, M. I. (2002). A perspectiva Social da Prestação de Serviço de Voluntariado e De Contrato. *Boletim de sociologia Militar 55*, 123-165.
- Roqueplo, J.-C. (1979). *Le statut des militaires*. Paris: Documentation française.
- Sarmiento, M. (2008). *Guia Prático sobre a Metodologia Científica para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses de Doutoramento, Dissertações de Mestrado e Trabalhos de Investigação Aplicada*. Lisboa: Universidade Lusíada.
- Segal, D. R., Bachman, J. G. & Blair, J. D. (1977). *The All-Volunteer Force: A Study of Ideology in the Military*. Michigan: The University of Michigan Press.
- Senge, P. M., Kleiner, A., Roberts, C., Ross, R. & Smith, B. (1994). *The Fifth Discipline Fieldbook: Strategies and Tools for Building a Learning Organization*. USA: Fieldbook.
- Silva, T. A., Oliveira, C. A., Marques, T. F. & Cardoso, T. A. (2002). As Motivações dos Jovens para Ingresso no Regime de Voluntariado e Contrato . *Revista de Psicologia Militar 13*, 13-58.
- Vaz, N. M. (2001). A profissão Militar. *Nação e Defesa*, 98, 49-72.
- Vieira, G. B. (2002). *Liderança Militar*. Lisboa: Estado Maior do Exército.
- Visão e Missão, 2011. (s.d.). Obtido em 14 de Março de 2011, de Página do Exército Português: <http://www.exercito.pt>

APÊNDICES

APÊNDICE A

QUESTIONÁRIO



ACADEMIA MILITAR

DIRECÇÃO DE ENSINO

CURSO DE CAVALARIA

TRABALHO DE INVESTIGAÇÃO APLICADA

QUESTIONÁRIO

Autor : Aspirante Cav Ricardo Manuel Monteiro Vieira

Orientador: Tenente Coronel Art António Rosinha

Introdução

Este questionário é anónimo e será utilizado para fins estatísticos no âmbito do Trabalho de Investigação Aplicada do Aspirante de Cavalaria Ricardo Manuel Monteiro Vieira, subordinado ao tema “**“O recrutamento militar e a conjuntura económica nacional. Estudo sobre a influência da taxa de desemprego na adesão às Forças Armadas”**”. Todos os dados recolhidos são estritamente confidenciais, e destinam-se somente para a realização deste estudo.

Obrigado pela vossa colaboração.

*Obrigatório

1 - Qual o seu género? *

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino

2 - Qual a sua Idade? *

3 - Qual o seu nível de habilitações literárias? *

- ☐ 9º Ano de escolaridade
- ☐ Ensino Secundário
- ☐ Bacharelato
- ☐ Licenciatura
- ☐ Mestrado
- ☐ Doutoramento

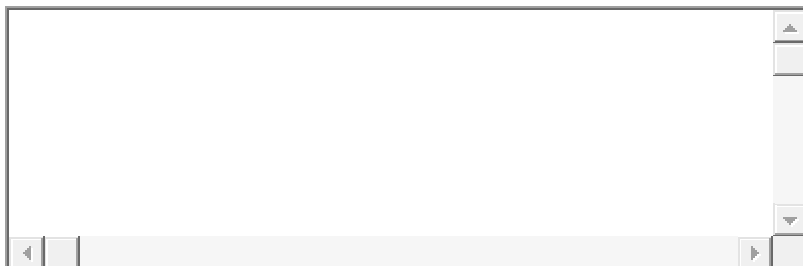
4 - O seu Trabalho\Curso está ligado às Forças Armadas ou Forças de Segurança? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

5 - Qual a sua área Profissional? * (Profissão\ Actividade laboral)



6 - Qual o seu distrito de residência? *



7 - Conhece a profissão Militar?

- ☐ Sim
- ☐ Não

8 - Qual das seguintes frases descreve a sua opinião sobre a existência do Exército Português? *

- ☐ O Exército Português é essencial
- ☐ O Exército Português é necessário
- ☐ O Exército Português não é muito necessário, mas deve existir
- ☐ O Exército Português não é necessário
- ☐ O Exército Português não é necessário e devia deixar de existir

9 - Que opinião tem sobre a importância do Exército Português para a Defesa Nacional? *

- ☐ Muito Importante
- ☐ Importante
- ☐ Moderadamente Importante
- ☐ Pouco Importante
- ☐ Nada Importante

10 - Se quiser obter informação sobre o Exército Português sabe onde encontrar? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

10- a) Se respondeu que sim à questão anterior indique as várias opções onde o faria:

- ☐ Imprensa escrita (jornais, revistas etc)
- ☐ Amigos ou familiares
- ☐ Centros de Recrutamento
- ☐ Unidades Militares
- ☐ Internet (site do Exército)

11 - Já assistiu a alguma campanha de divulgação sobre o Exército? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

11 - b) Se sim, onde? (assinale todos os que já assistiu)

- ☐ Feiras de emprego
- ☐ Escola\Universidade
- ☐ Palestras do Recrutamento do Exército
- ☐ Centros de Emprego
- ☐ Site do Exército
- ☐ Imprensa Escrita (Jornais, revistas etc)
- ☐ Rádio
- ☐ TV
- ☐ Dia da Defesa Nacional

12 - Recomenda o ingresso no Exército a um amigo ou familiar? *

- ☐ Recomendo sem dúvidas nenhuma
- ☐ Recomendo, apenas se ele(a) não tiver outra saída Profissional
- ☐ Recomendo se ele(a) não conseguir emprego na sua Área Profissional
- ☐ Não recomendava

13 - Coloca ou já colocou a hipótese de vir a concorrer ao Exército? *

- ☐ Sim
- ☐ Não

13 - a) Se sim, em que Regime?

- ☐ Quadros Permanentes
- ☐ Regime de Contrato
- ☐ Regime de Voluntariado

14 - Qual das seguintes situações faria com que ingressasse no Exército? *

- ☐ Por vocação própria
- ☐ Para servir Portugal
- ☐ Por não ter outra saída profissional
- ☐ Outra

15 - Atendendo à actual crise económica e consequente falta de Emprego em Portugal, estaria tentado a concorrer ao Exército? *

- ☐ Sim
- ☐ Provavelmente Sim
- ☐ Talvez
- ☐ Provavelmente Não
- ☐ Não

15 - a) E no caso de ficar Desempregado(a)? *

- ☐ Sim
- ☐ Provavelmente Sim
- ☐ Talvez
- ☐ Provavelmente Não
- ☐ Não

16 - O que acha mais aliciante na Profissão Militar? * (1=Pouco aliciante; 5=Muito aliciante)

	1	2	3	4	5
O Serviço prestado ao País	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Reconhecimento Social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A Segurança do Emprego	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O Vencimento que os Militares auferem	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A Estabilidade Profissional (Emprego Seguro)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

APÊNDICE A

17 - Diga, qual a confiança pessoal que tem em cada uma das seguintes instituições: *
(1=Não tem confiança nenhuma; 5=Tem toda a confiança nessa instituição)

	1	2	3	4	5
Forças Armadas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nações Unidas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Polícia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
União Europeia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Igreja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicação Social	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presidente da República	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tribunais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sindicatos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Assembleia da República	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Governo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Políticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Partidos Políticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18 - Já ouviu falar do Dia de Defesa Nacional? *

☐

Sim

☐

Não

APÊNDICE B

ANÁLISE DOS DADOS ESTATÍSTICOS PROVENIENTES DO INE E DA DORH

Tabela B.6: Candidaturas e Taxa de Desemprego

Ano	CANDIDATURAS				16- 24 Anos	
	Oficiais	Sargentos	Praças	TOTAL Cand.	Milhões	Taxa Des
2005	81	178	7263	7522	90,6	16,1
2006	86	290	5842	6218	88,4	16,3
2007	192	341	4701	5234	85,9	16,6
2008	413	650	6681	7744	83,4	16,4
2009	525	447	13161	14133	93,5	20
2010	864	470	10961	12295	95,4	22,4

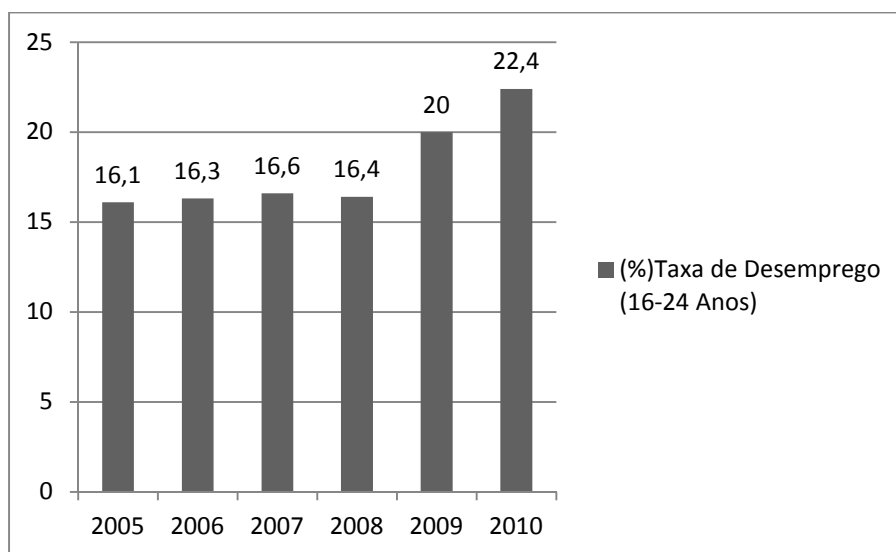


Gráfico B.7: Evolução da Taxa de desemprego da faixa etária dos 16 aos 24 anos entre 2005 e 2010.

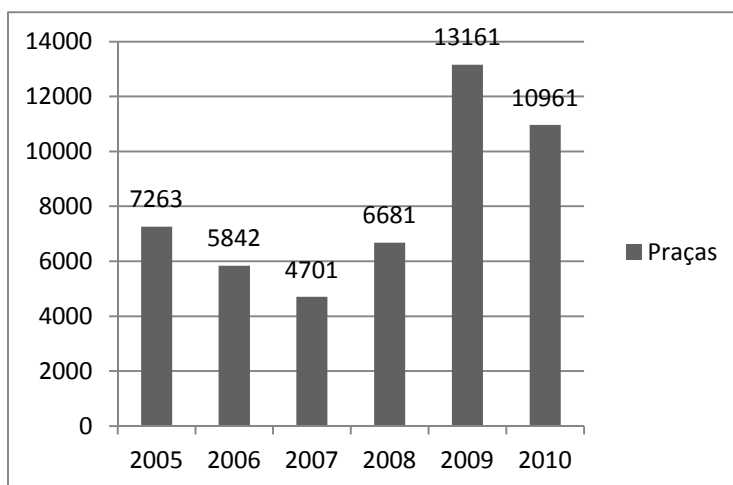


Gráfico B.8: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Praças.

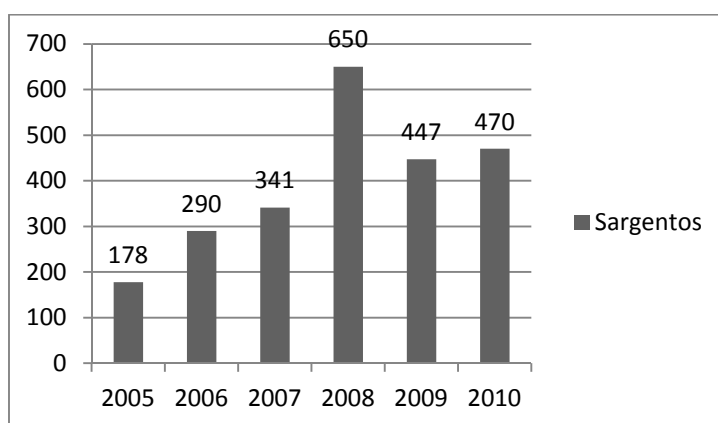


Gráfico B.9: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Sargentos.

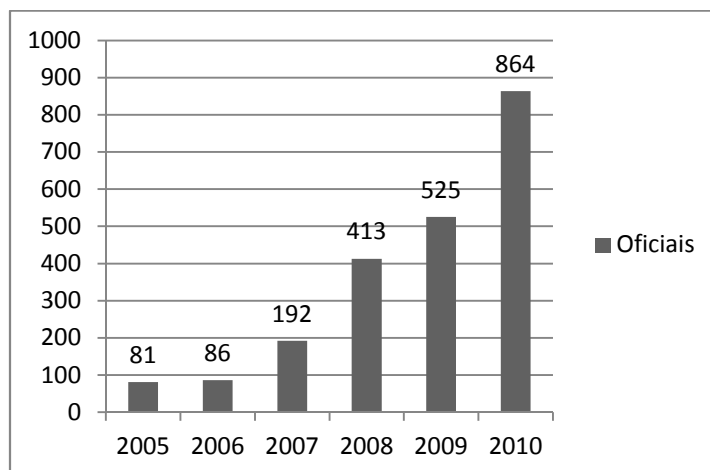


Gráfico B.10: Evolução do nº de candidatos ao Exército para a categoria de Oficiais.

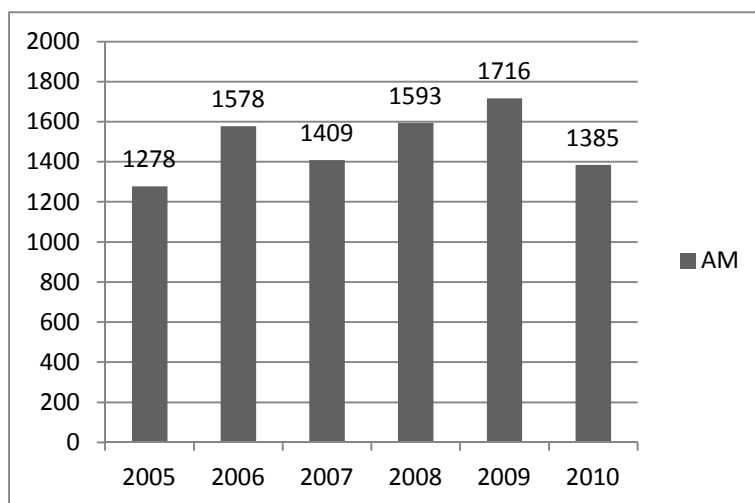


Gráfico B.11: Evolução do nº de candidatas á AM (Oficiais QP).

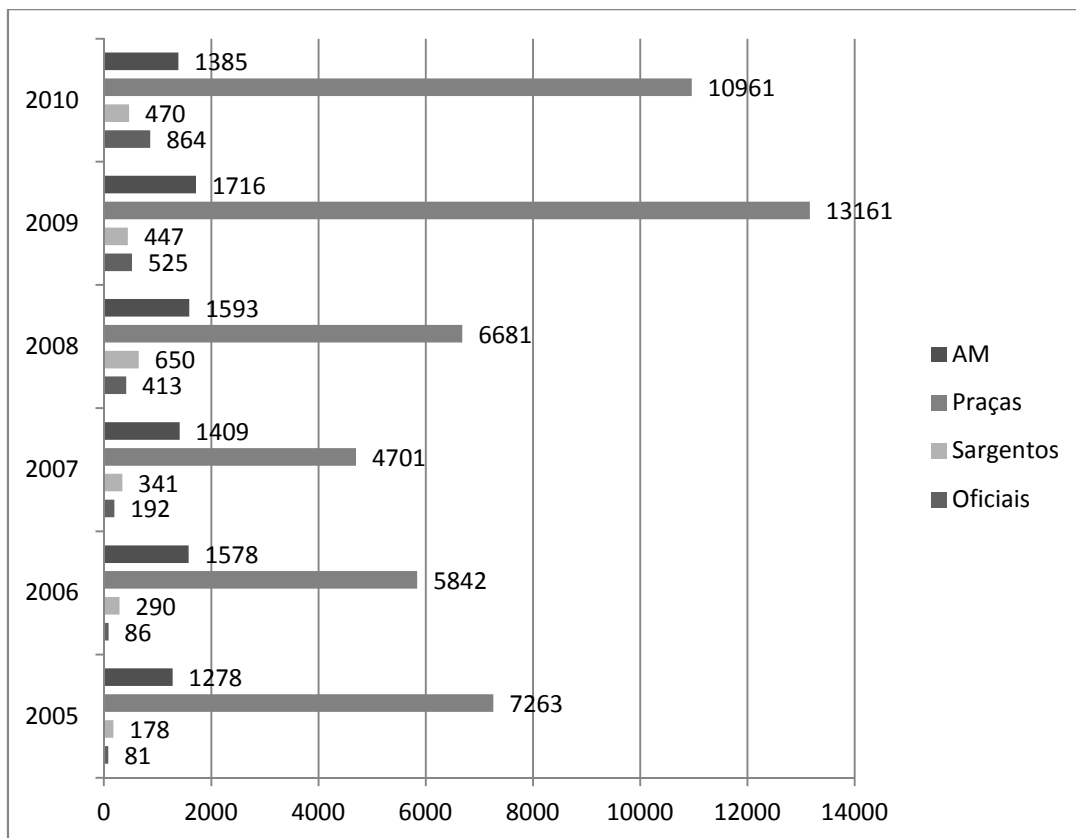


Gráfico B.12: Evolução do nº de candidatas ao Exército.

APÊNDICE C

ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS QUESTIONÁRIOS

Questão 7: Conhece a profissão Militar?

Tabela C.7: Resposta à Questão 7 do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Sim	272	86,6
Não	42	13,4
Total	314	100,0

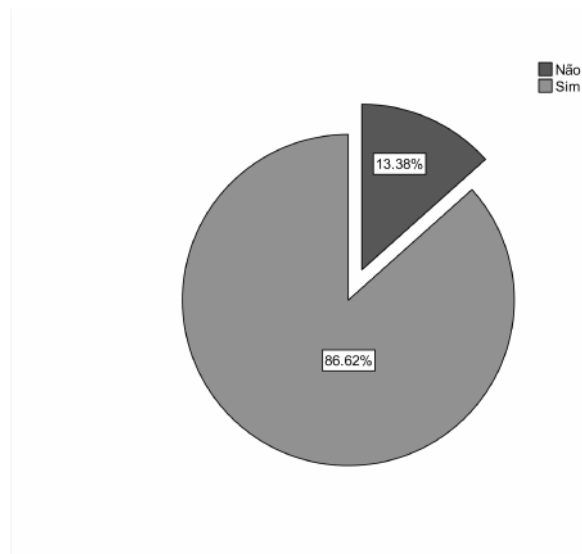


Gráfico C.13: Resposta à Questão 7 do Questionário.

Questão 8: Qual das seguintes frases descreve a sua opinião sobre a existência do Exército Português?

Tabela C.8: Resposta à Questão 8 do Questionário.

	Frequência	Percentagem
O Exército Português não é necessário	2	0,6
O Exército Português não é muito necessário, mas deve existir	42	13,4
O Exército Português é necessário	165	52,5
O Exército Português é essencial	105	33,4
Total	314	100,0

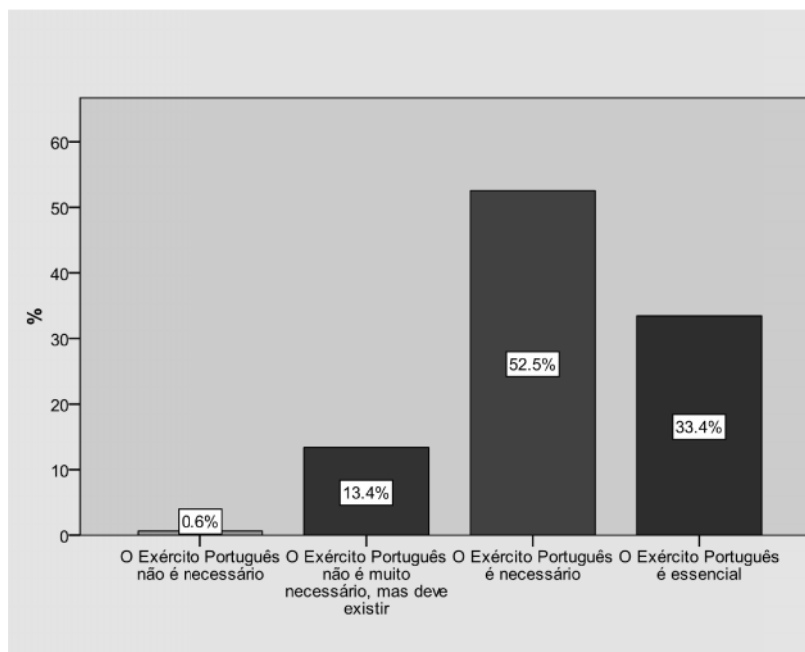


Gráfico C.14: Resposta à Questão 8 do Questionário.

Questão 9: Que opinião tem sobre a importância do Exército Português para a Defesa Nacional?

Tabela C.9: Resposta à Questão 9 do Questionário.

	Frequência	Percentagem
Nada Importante	2	0,6
Pouco Importante	10	3,2
Moderadamente Importante	47	15,0
Importante	118	37,6
Muito Importante	137	43,6
Total	314	100,0

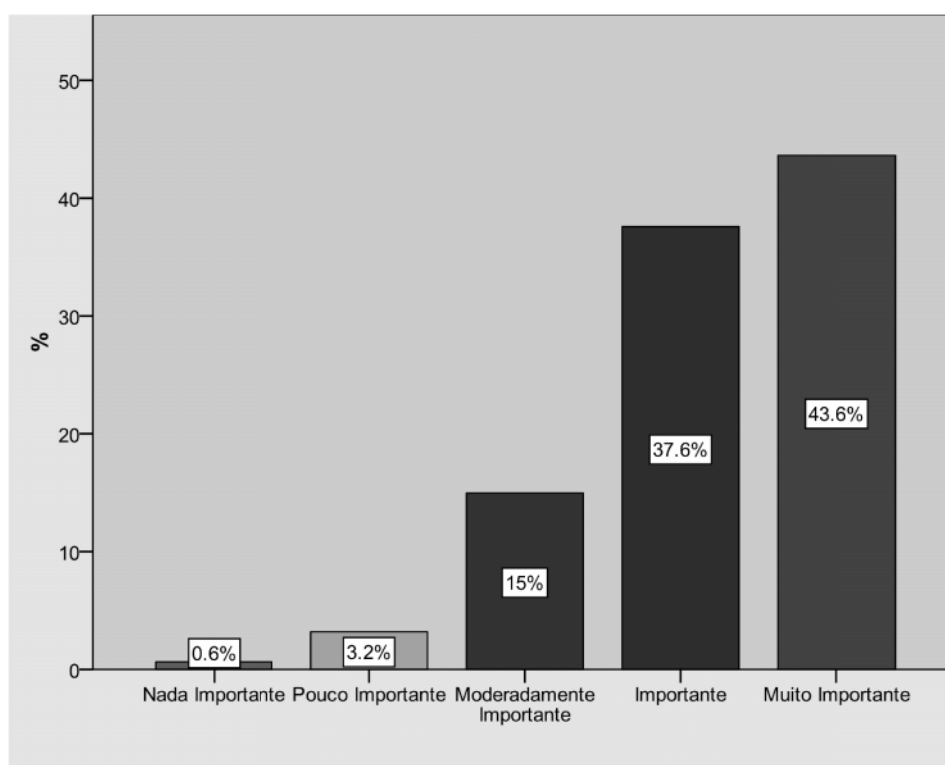


Gráfico C.15: Resposta à Questão 9 do Questionário.

Questão 10: Se quiser obter informação sobre o Exército Português sabe onde encontrar?

Tabela C.10: Resposta à Questão 10 do Questionário.

	Frequência	Percentagem
Sim	273	86,9
Não	41	13,1
Total	314	100,0

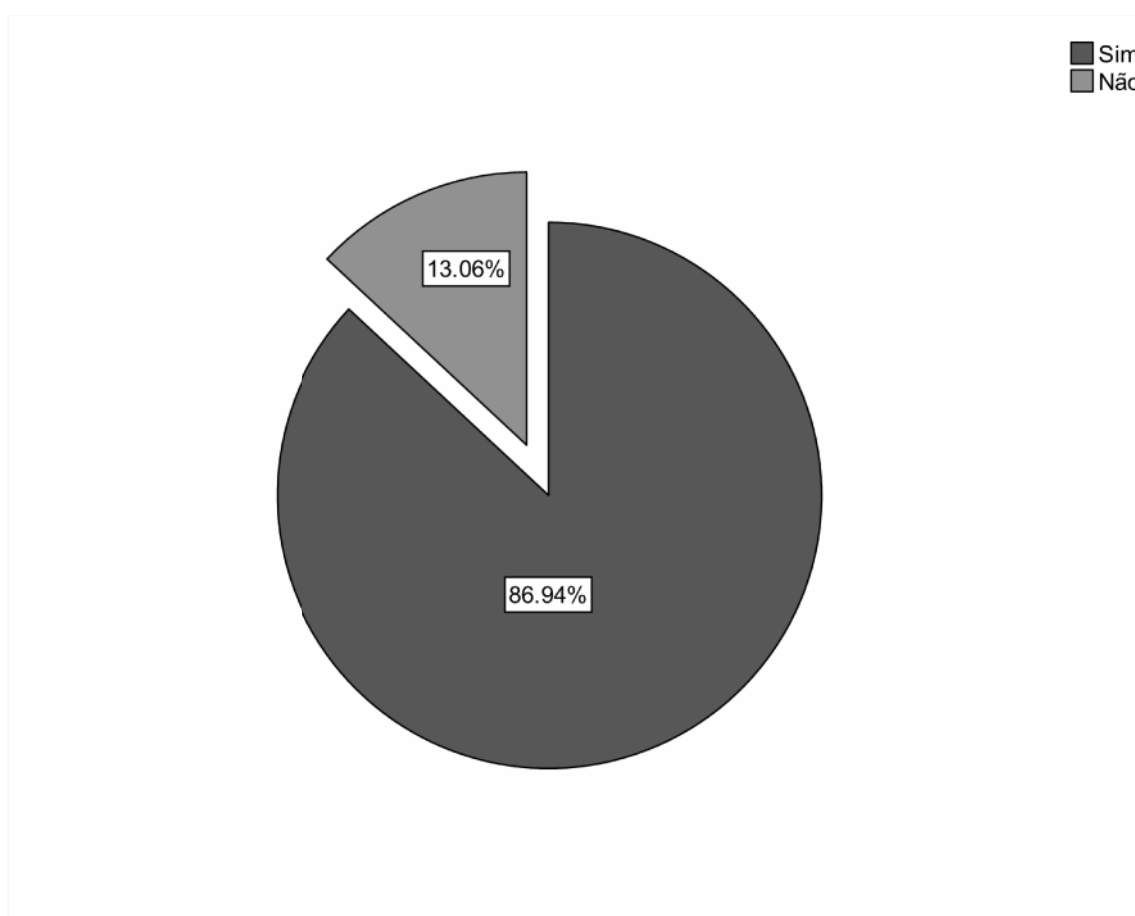


Gráfico C.16: Resposta à Questão 10 do Questionário.

Questão 10a: Se respondeu que sim à questão anterior indique as várias opções onde o faria:

Tabela C.11: Resposta à Questão 10a do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Imprensa escrita (jornais, revistas etc)	44	7,2%
Amigos ou familiares	103	16,9%
Centros de Recrutamento	105	17,2%
Unidades Militares	110	18,0%
Internet (site do Exército)	248	40,7%
Total	610	100%

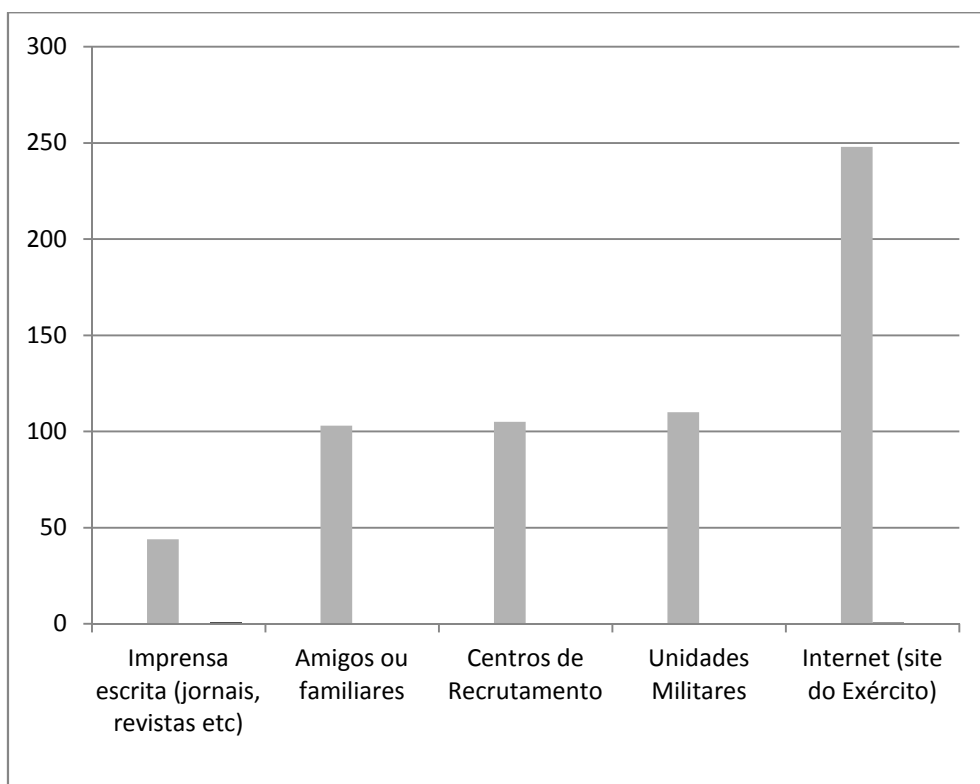


Gráfico C.17: Resposta à Questão 10a do Questionário.

Questão 11: Já assistiu a alguma campanha de divulgação sobre o Exército?

Tabela C.12: Resposta à Questão 11 do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Sim	228	72,6
Não	86	27,4
Total	314	100,0

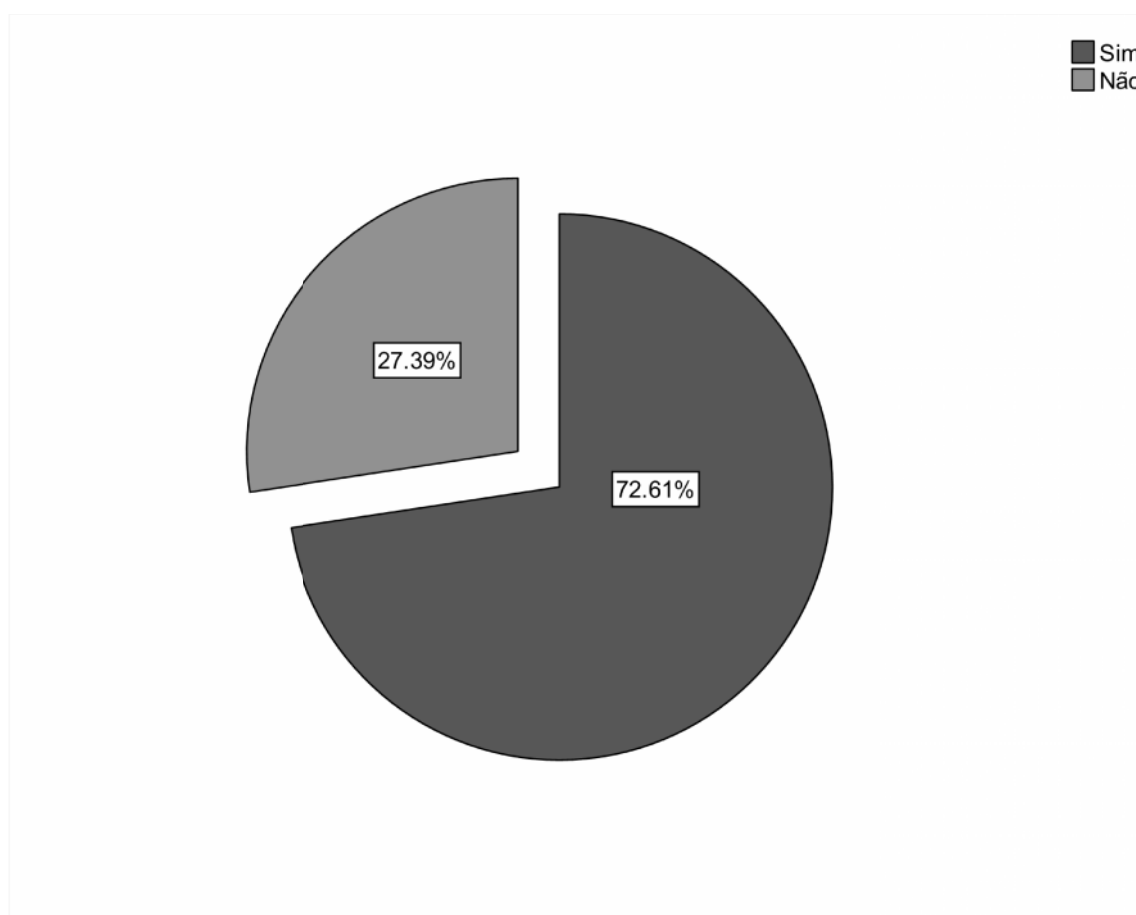


Gráfico C.18: Resposta à Questão 11 do Questionário.

Questão 11b: Se sim, onde? (assinale todos os que já assistiu)

Tabela C.13: Resposta à Questão 11b do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Feiras de emprego	56	24%
Escola \ Universidade	123	52%
Palestras do Recrutamento do Exército	46	20%
Centros de Emprego	17	7%
Site do Exército	61	26%
Imprensa Escrita (Jornais, Revistas etc.)	45	19%
Rádio	14	6%
TV	72	31%
Dia da Defesa Nacional	105	45%

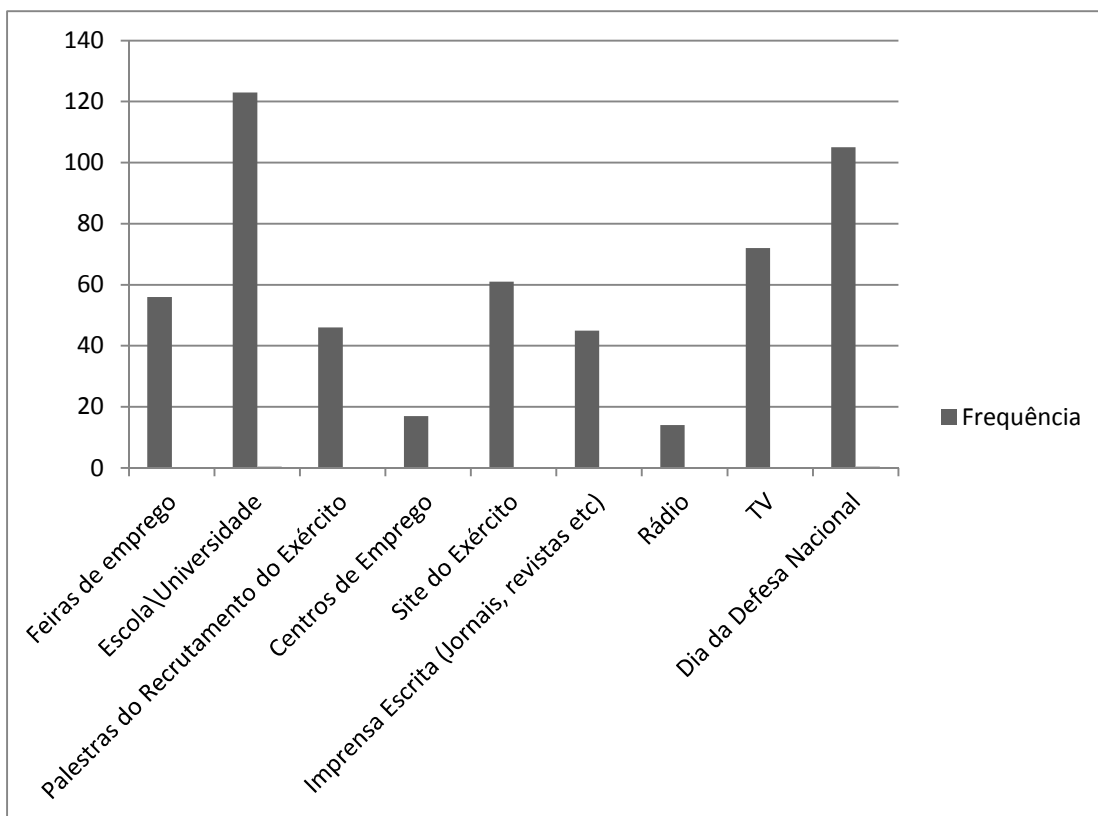


Gráfico C.19: Resposta à Questão 11b do Questionário.

Questão 12: Recomenda o ingresso no Exército a um amigo ou familiar?

Tabela C.14: Resposta à Questão 12 do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Não recomendava	39	12,4
Recomendo se ele (a) não conseguir emprego na sua Área Profissional	113	36,0
Recomendo, apenas se ele(a) não tiver outra saída Profissional	130	41,4
Recomendo sem dúvidas nenhuma	32	10,2
Total	314	100,0

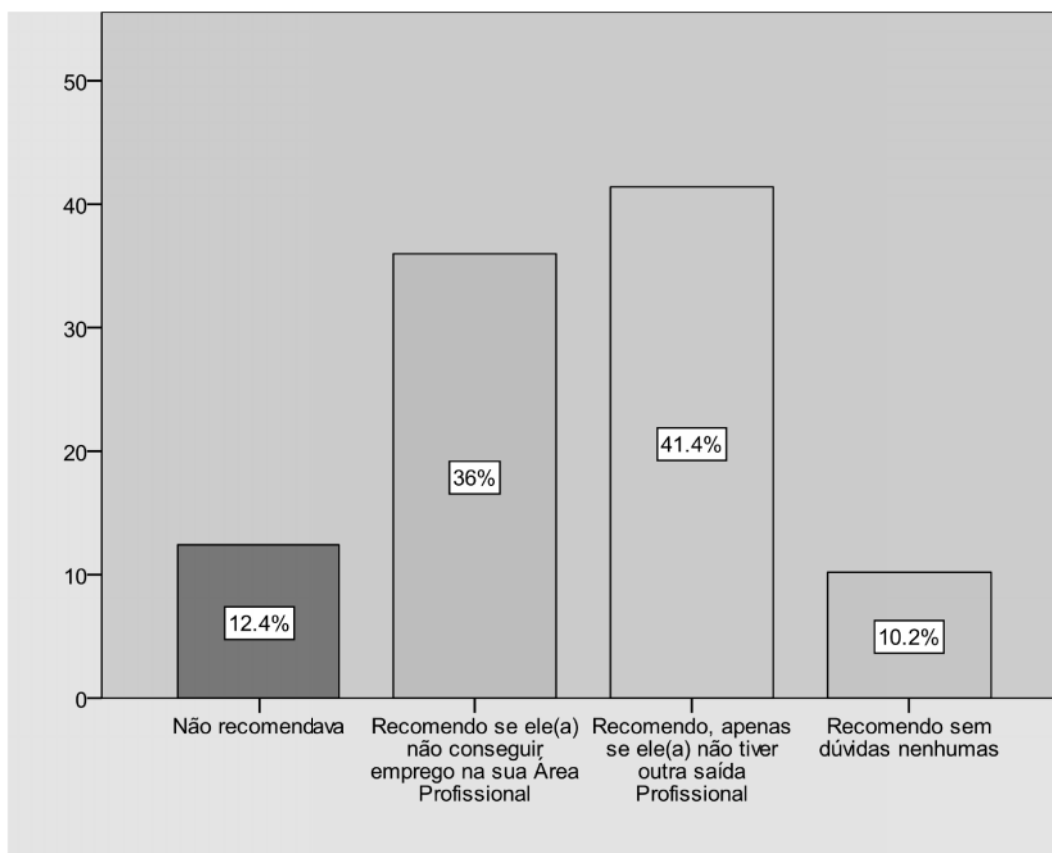


Gráfico C.20: Resposta à Questão 12 do Questionário.

Questão 13: Coloca ou já colocou a hipótese de vir a concorrer ao Exército?

Tabela C.15: Resposta à Questão 13 do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Sim	176	56,1
Não	138	43,9
Total	314	100,0

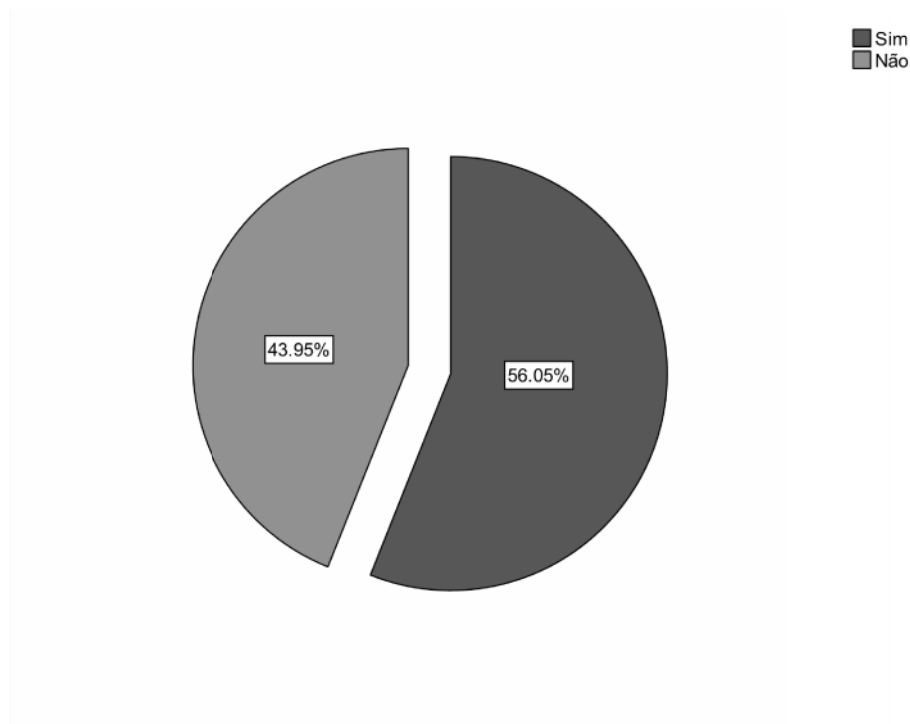


Gráfico C.21: Resposta à Questão 13 do Questionário.

Questão 13a: Se Sim, em que regime?

Tabela C.16: Resposta à Questão 13a do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Quadros Permanentes	51	16,2
Regime de Contrato	81	25,8
Regime de Voluntariado	44	14,0
Total	176	56,1
Total	314	100,0

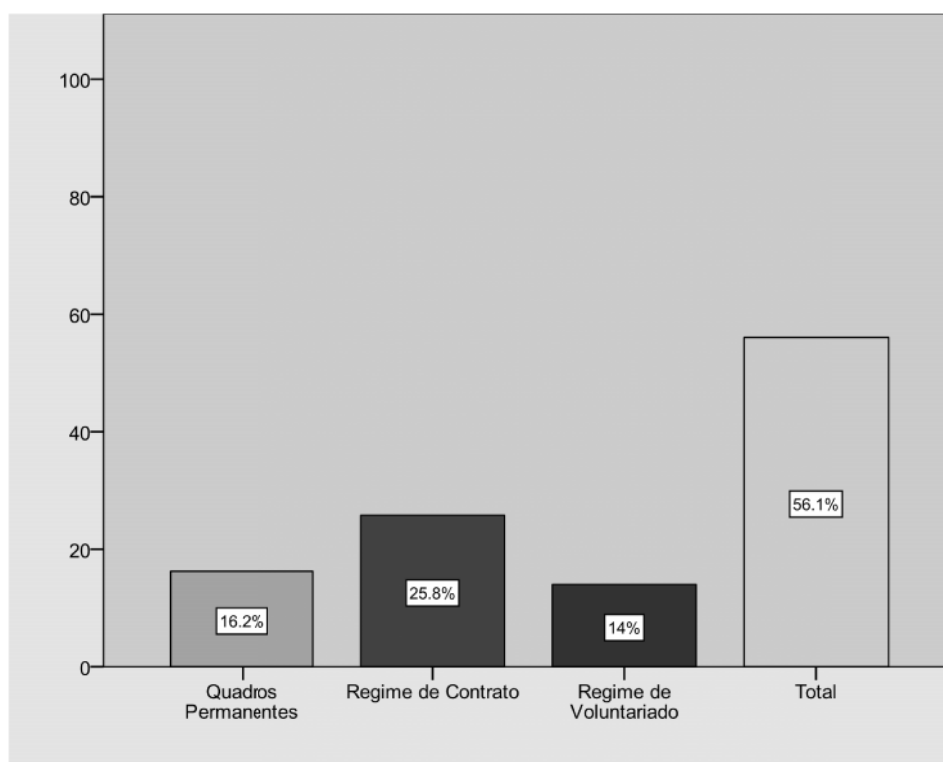


Gráfico C.22: Resposta à Questão 13a do Questionário.

Questão 14: Qual das seguintes situações faria com que ingressasse no Exército?

Tabela C.17: Resposta à Questão 14 do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Outra	15	4,8
Por não ter outra saída profissional	218	69,4
Para servir Portugal	32	10,2
Por vocação própria	49	15,6
Total	314	100,0

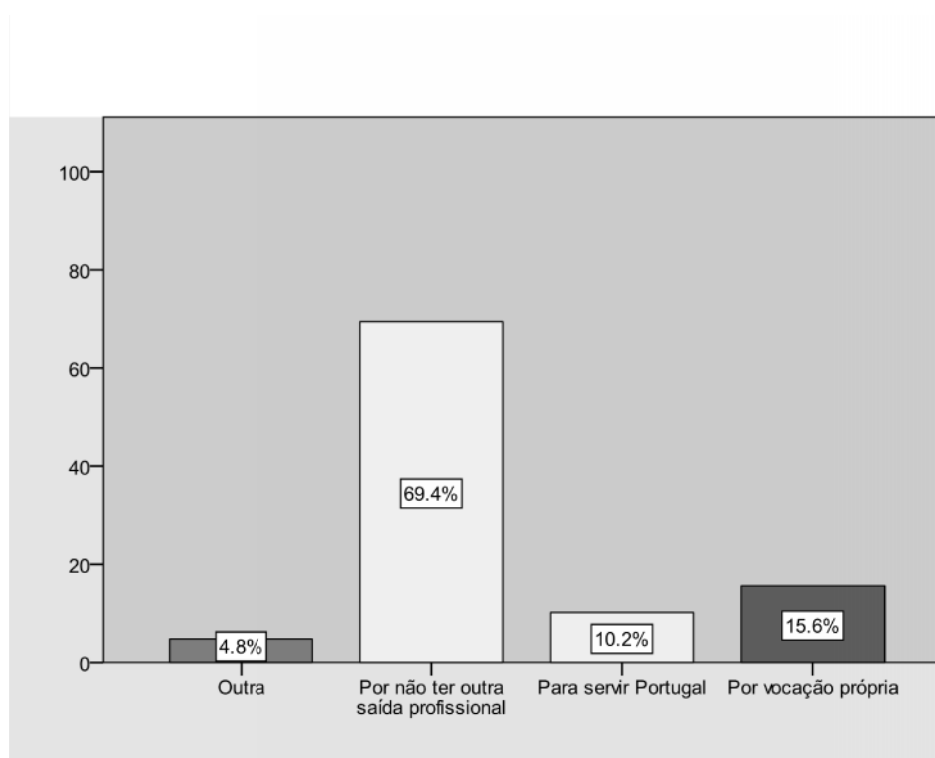


Gráfico C.23: Resposta à Questão 14 do Questionário.

Questão 15: Atendendo à actual crise económica e consequente falta de Emprego em Portugal, estaria tentado a concorrer ao Exército?

Tabela C.18: Resposta à Questão 15 do Questionário.

	Frequência	Percentagem
Não	25	8,0
Provavelmente Não	22	7,0
Talvez	29	9,2
Provavelmente Sim	71	22,6
Sim	167	53,2
Total	314	100,0

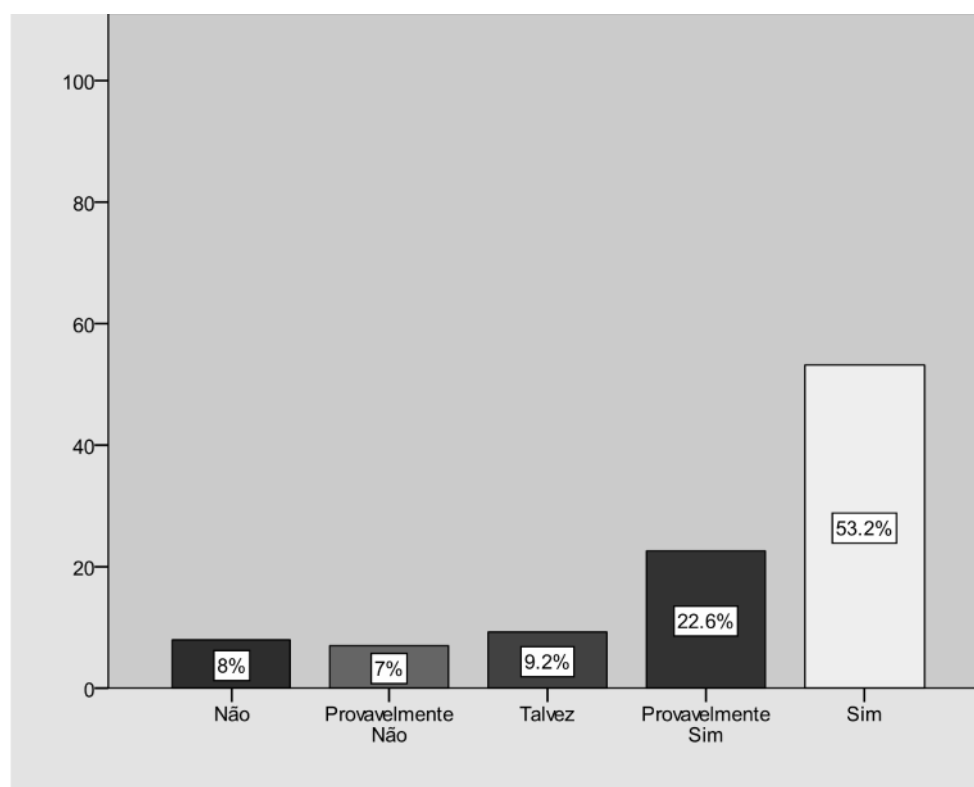


Gráfico C.24: Resposta à Questão 15 do Questionário.

Questão 15a: E no caso de ficar desempregado(a)?

Tabela C.19: Resposta à Questão 15a do Questionário.

	Frequência	Porcentagem
Não	20	6,4
Provavelmente Não	21	6,7
Talvez	32	10,2
Provavelmente Sim	62	19,7
Sim	179	57,0
Total	314	100,0

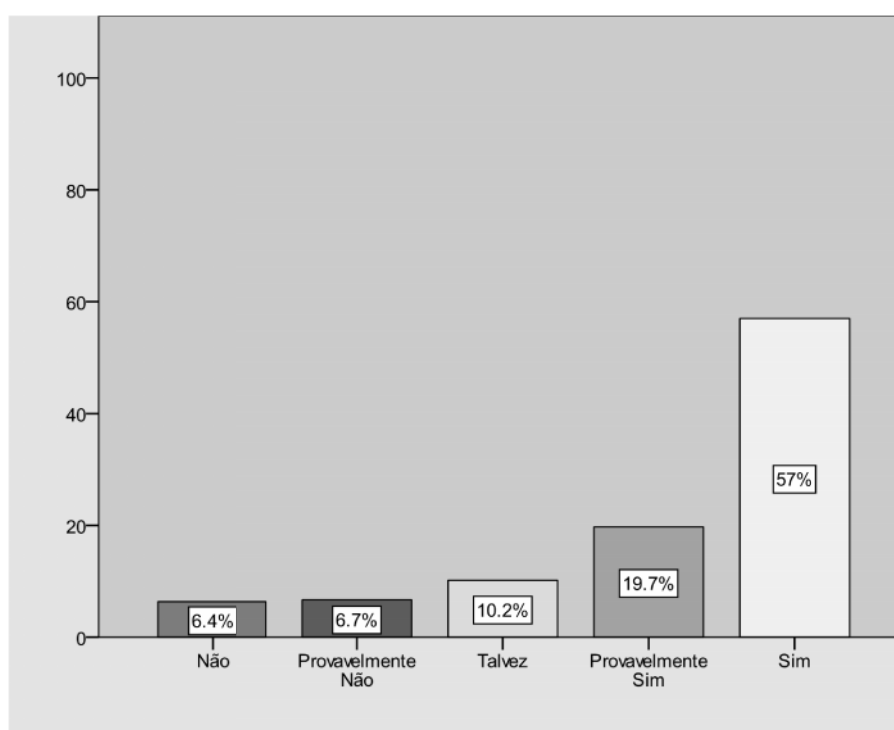


Gráfico C.25: Resposta à Questão 15a do Questionário.

Questão 16: O que acha mais aliciante na Profissão Militar? (1=Pouco aliciante; 5=Muito aliciante)

Tabela C.20: Estatística descritiva das respostas à Questão 16 do Questionário.

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
Serviço prestado ao País	314	1,00	5,00	3,4427	1,20895	1,462
Reconhecimento Social	314	1,00	5,00	3,0096	1,14865	1,319
Segurança do Emprego	314	1,00	5,00	3,7771	1,09369	1,196
Vencimento dos militares	314	1,00	5,00	3,4873	1,03060	1,062
Estabilidade Profissional	314	1,00	5,00	4,0605	0,98203	0,964

Tabela C.21: Resposta à Questão 16 do Questionário.

	Nível de confiança					Total
	1	2	3	4	5	%
Serviço prestado ao País	9%	11%	30%	28%	22%	100
Reconhecimento Social	12%	17%	36%	26%	9%	100
Segurança do Emprego	4%	8%	20%	38%	30%	100
Vencimento dos militares	4%	11%	31%	38%	16%	100
Estabilidade Profissional	1%	5%	17%	36%	41%	100

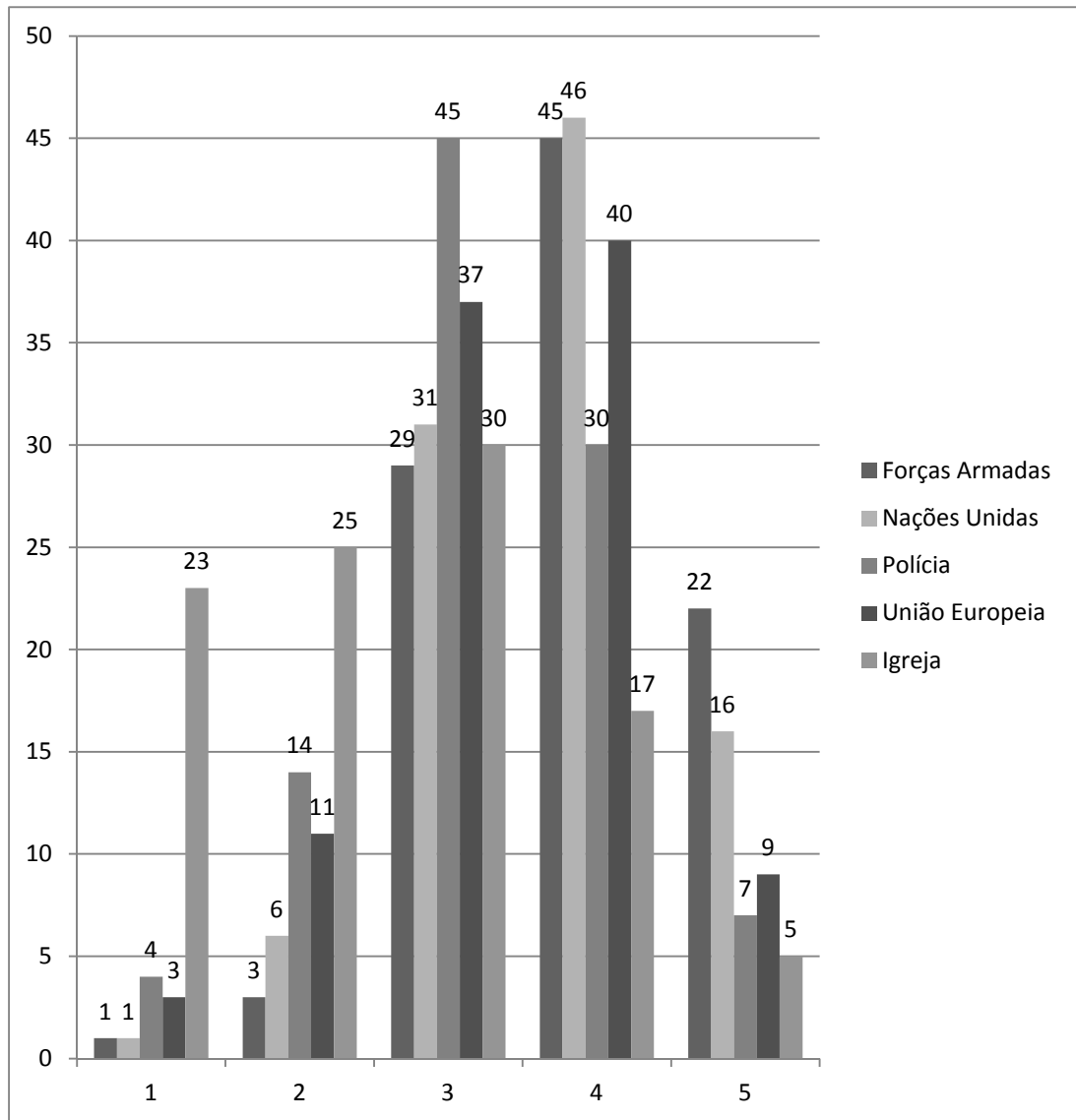


Gráfico C.26: Resposta à Questão 16 do Questionário

Questão 17: Diga, qual a confiança pessoal que tem em cada uma das seguintes instituições: (1=Não tem confiança nenhuma; 5=Tem toda a confiança nessa instituição)

Tabela C.22: Estatística descritiva das respostas à Questão 17 do Questionário.

	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão	Variância
Forças Armadas	314	1,00	5,00	3,8121	0,82670	0,683
Nações Unidas	314	1,00	5,00	3,6815	0,85002	0,723
Polícia	314	1,00	5,00	3,2197	0,91463	0,837
União Europeia	314	1,00	5,00	3,4076	0,90052	0,811
Igreja	314	1,00	5,00	2,5605	1,17121	1,372
Comunicação Social	314	1,00	5,00	2,3535	0,93522	0,875
Presidente da República	314	1,00	5,00	2,8694	1,04476	1,092
Tribunais	314	1,00	5,00	2,6561	0,97058	0,942
Sindicatos	314	1,00	5,00	2,4841	0,89803	0,806
Assembleia da República	314	1,00	5,00	2,4873	1,01183	1,024
Governo	314	1,00	5,00	2,1561	0,98771	0,976
Políticos	314	1,00	5,00	1,7611	0,86664	0,751
Partidos Políticos	314	1,00	5,00	1,7962	0,85527	0,731

Tabela C.23: Resposta à Questão 17 do Questionário.

Instituição	Nível de confiança					Total
	1	2	3	4	5	%
Forças Armadas	1%	3%	29%	45%	22%	100
Nações Unidas	1%	6%	31%	46%	16%	100
Polícia	4%	14%	45%	30%	7%	100
União Europeia	3%	11%	37%	40%	9%	100
Igreja	23%	25%	30%	17%	5%	100
Comunicação Social	17%	44%	28%	10%	1%	100
Presidente da República	10%	26%	37%	19%	8%	100
Tribunais	14%	28%	40%	16%	2%	100
Sindicatos	14%	34%	40%	11%	1%	100
Assembleia da República	19%	30%	34%	14%	3%	100
Governo	32%	32%	26%	8%	2%	100
Políticos	48%	32%	14%	4%	2%	100
Partidos Políticos	44%	34%	17%	3%	2%	100

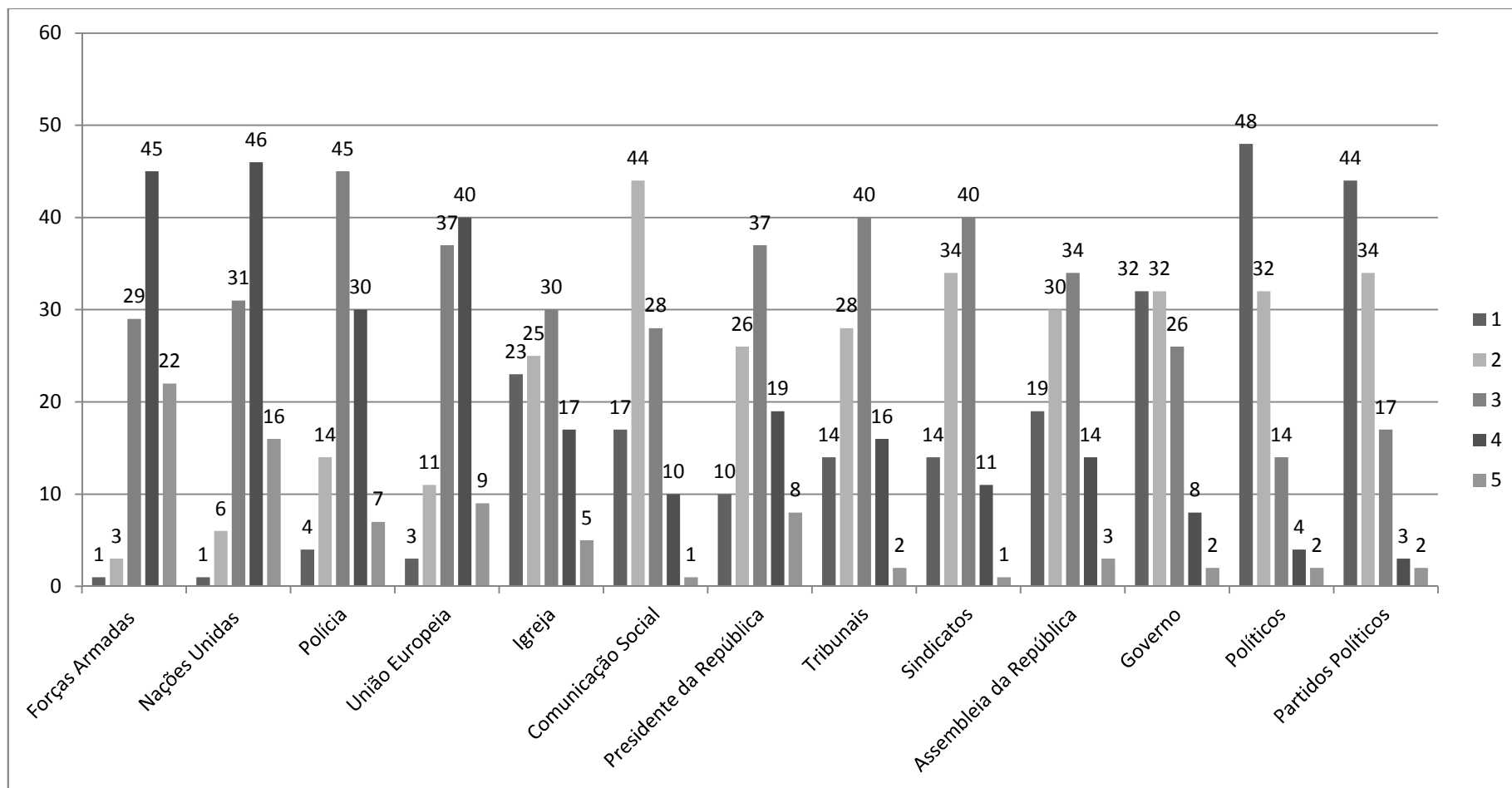


Gráfico C.27: Resposta à Questão 17 do Questionário.

Questão 18: Já ouviu falar no Dia da Defesa Nacional?

Tabela C.24: Resposta à Questão 16 do Questionário.

	Frequência	Percentagem
Sim	300	95,5
Não	14	4,5
Total	314	100,0

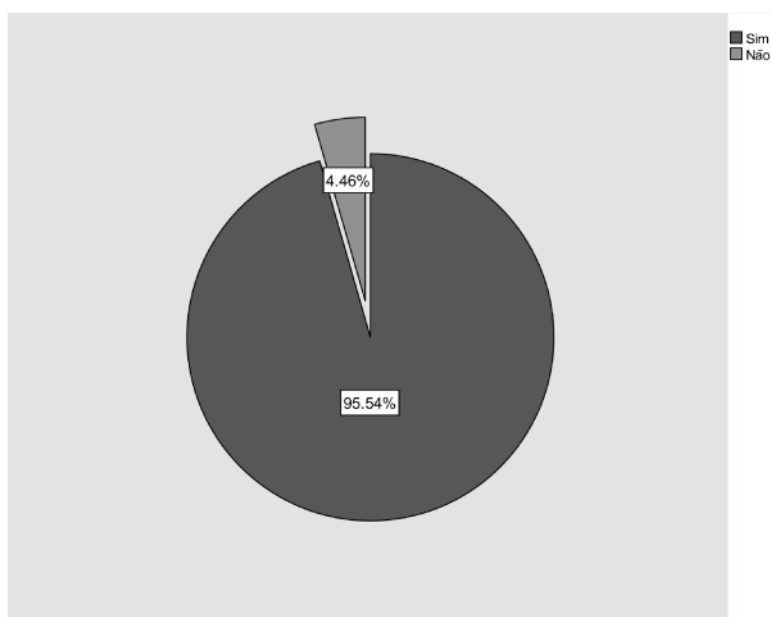


Gráfico C.28: Resposta à Questão 18 do Questionário.

ANEXOS

ANEXO A

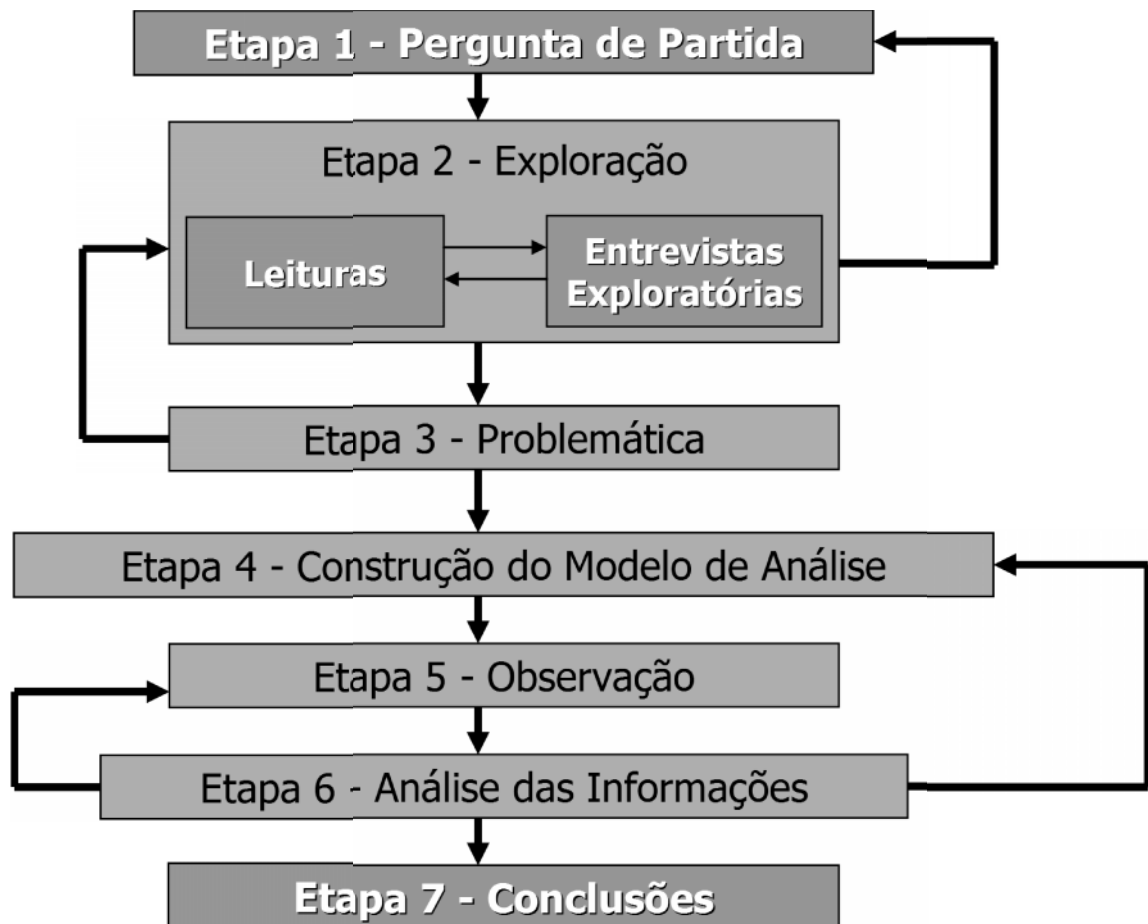


Figura A.1: As Etapas do Procedimento Científico segundo proposta de Raymond Quivy e Luc Van Campenhoudt.

Fonte: (Quivy & Campenhoudt, 2008)

ANEXO B

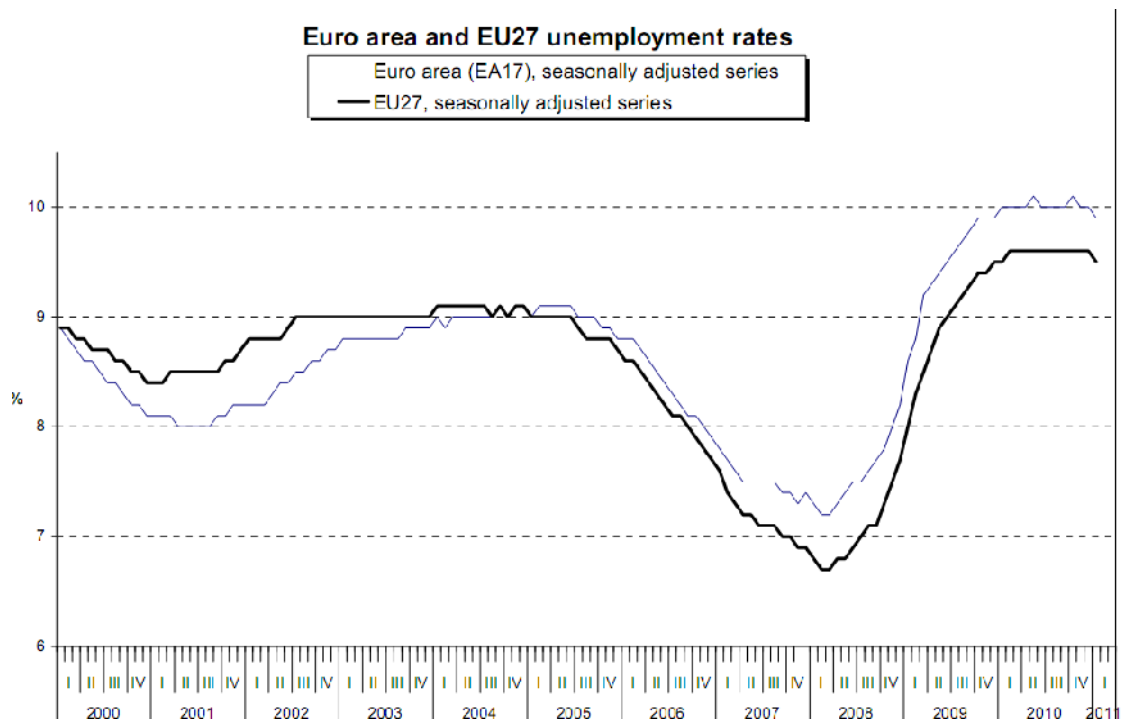


Figura B.2: Evolução da Taxa de desemprego da EU.

Fonte: Eurostat

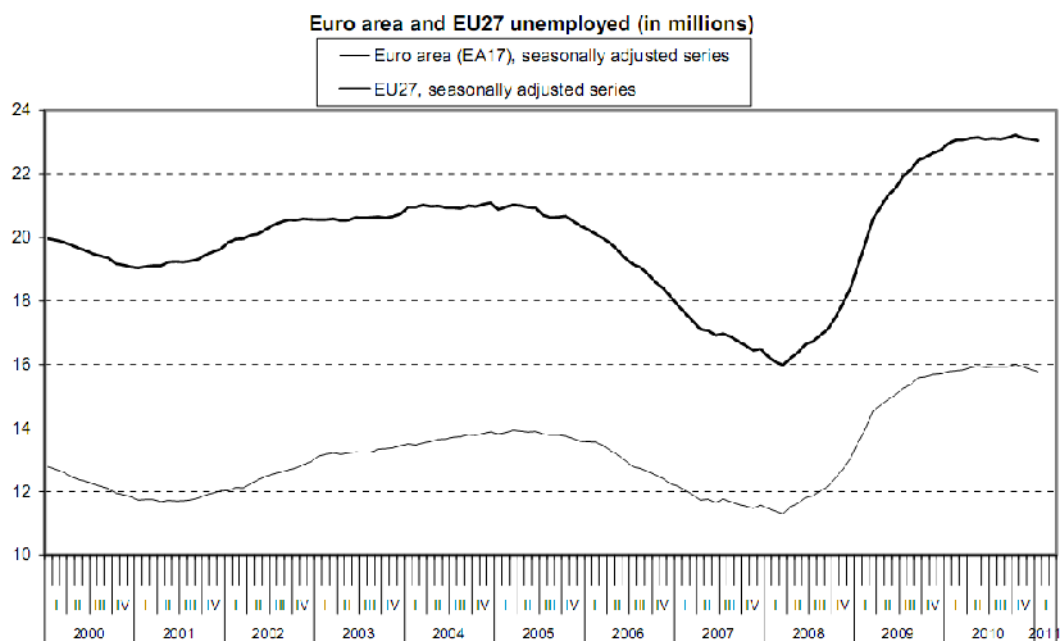


Figura B.3: Evolução do nº de desempregados da EU.

Fonte: Eurostat

ANEXO C

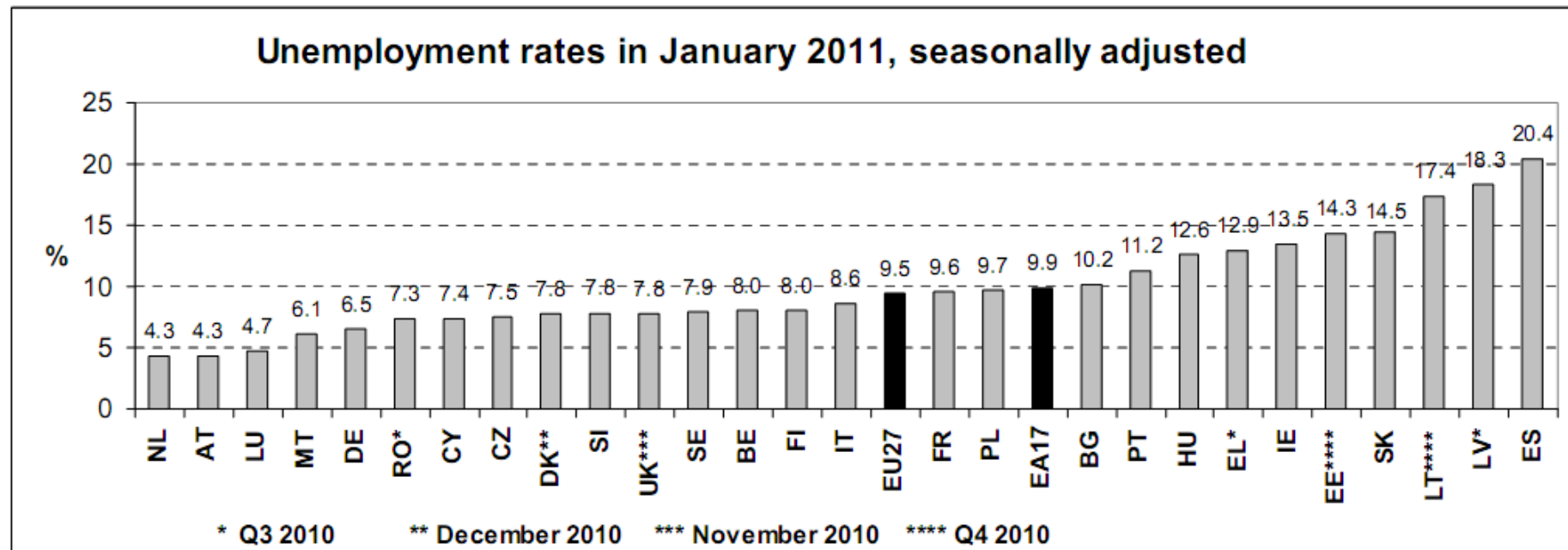


Figura C.4: Taxa de desemprego actual da EU.

Fonte: Eurostat

Legenda:

NL - Holanda	RO – Roménia	UK – Reino Unido	EU27 - 27 Membros da UE	PT – Portugal	SK – Eslováquia
AT – Austria	CY – Chipre	SE – Suécia	FR - França	HU - Hungria	LT – Lituânia
LU -Luxemburgo	CZ – Suíça	BE – Bélgica	PL – Polónia	EL - Grécia	LV – Látvia
MT -Malta	DK – Dinamarca	FI – Finlândia	EA 17- 17 Membros da UE	IE - Irlanda	ES - Espanha
DE - Alemanha	SI – Eslovénia	IT – Itália	BG - Bulgária	EE – Estónia	

ANEXO D

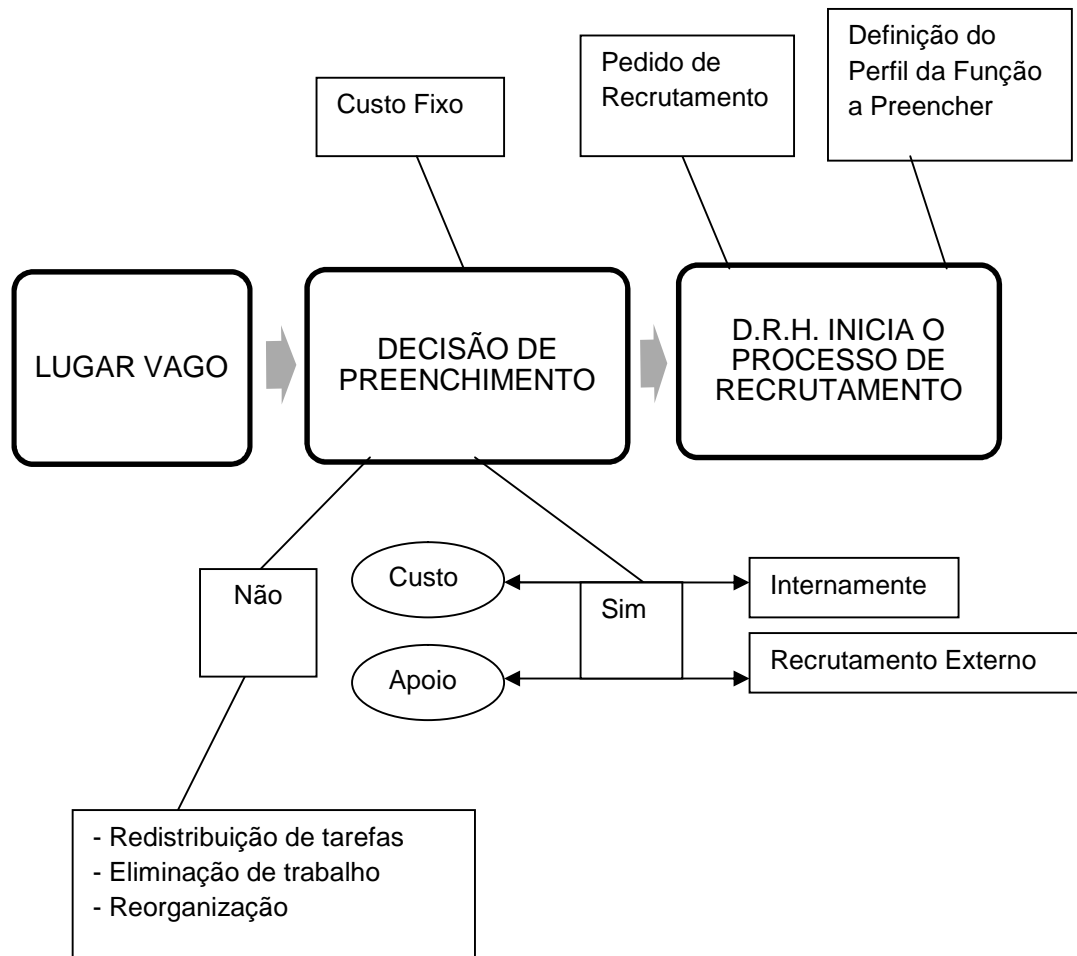


Figura D.5: Processos a seguir na tomada de decisão de preenchimento de um cargo.

Fonte: (Camara, Guerra, & Rodrigues, 2001, p. 317)

ANEXO E

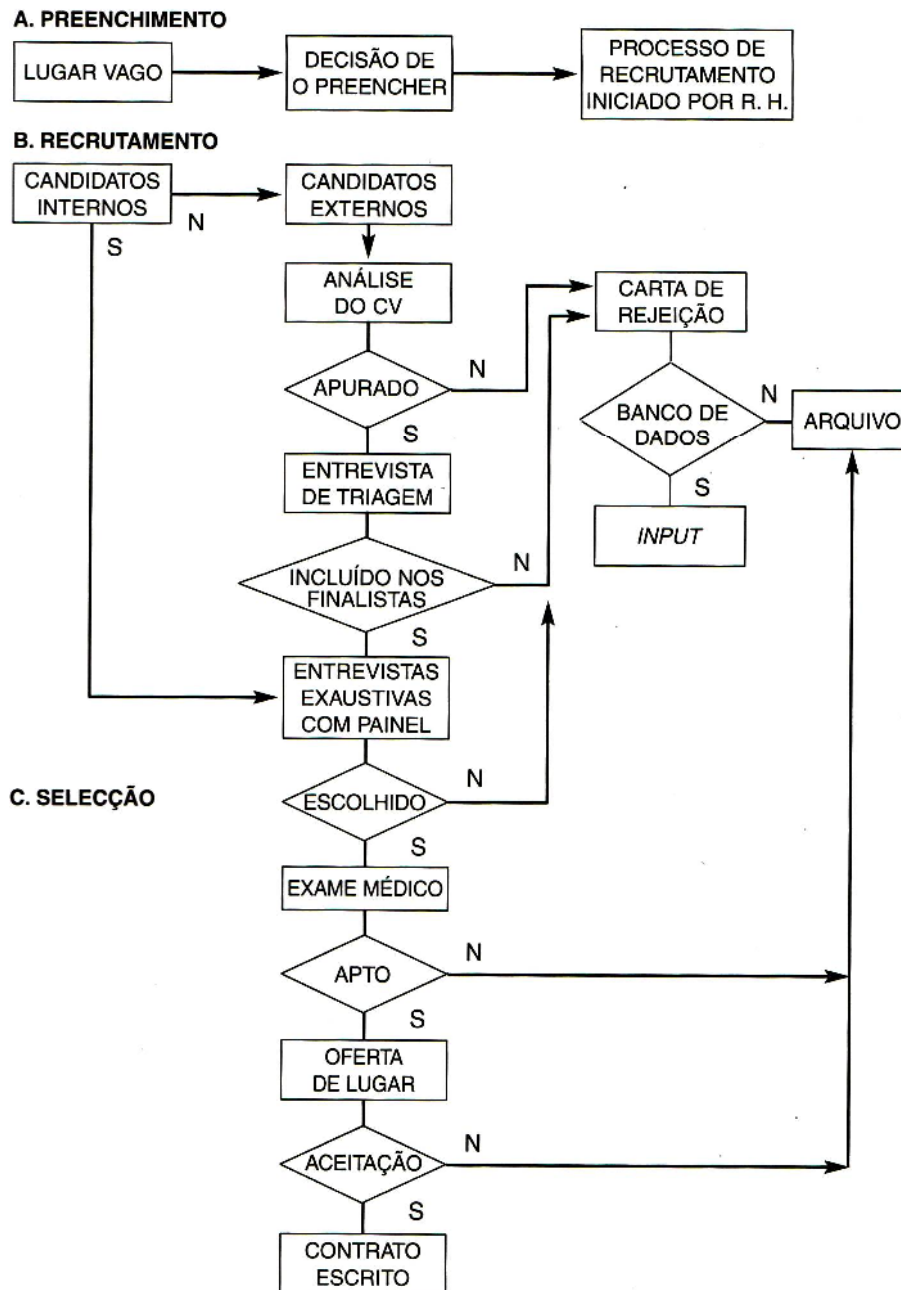


Figura E.6: Fluxograma de modelo de recrutamento.

Fonte: (Camara, Guerra, & Rodrigues, 2001, p. 326)

ANEXO F

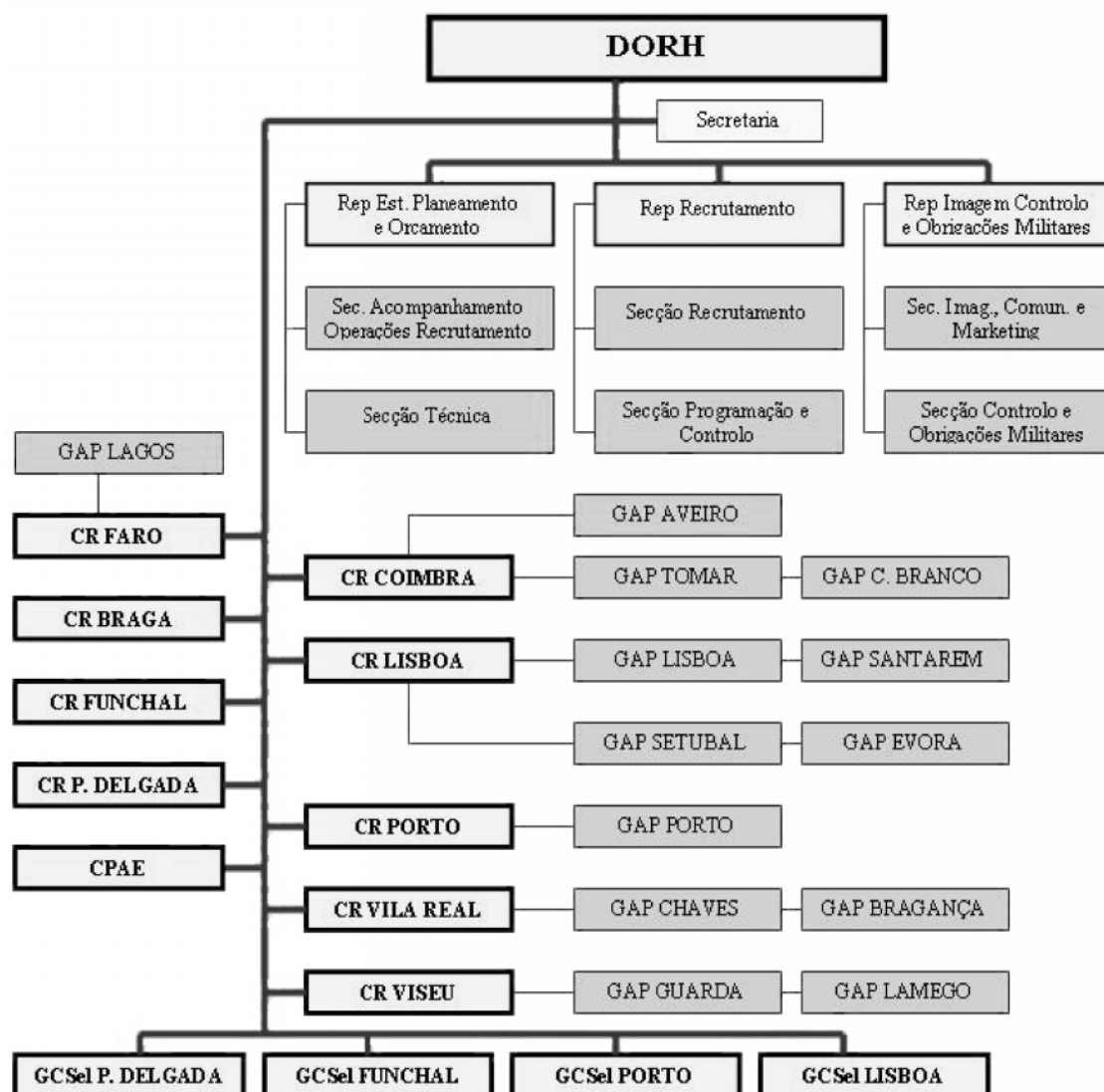


Figura F.7: Organigrama da DORH

Fonte: www.exercito.pt

ANEXO G

Tabela G.25: Taxa de desemprego e nº de indivíduos desempregados

	Masculino		Feminino		16-24 ANOS		TOTAL (País)	
	Milhões de Indivíduos	Taxa Desemprego	Milhões de Indivíduos	Taxa Desemprego	Milhões de Indivíduos	Taxa Desemprego	Milhões de Indivíduos	Taxa Desemprego
2005	42,8	13,6%	47,8	19,1%	90,6	16,1%	442,3	7,6%
2006	43,9	14,5%	44,5	18,4%	88,4	16,3%	427,8	7,7%
2007	38,6	13,5%	47,3	20,3%	85,9	16,6%	448,6	8%
2008	36,9	13,3%	46,5	20,2%	83,4	16,4%	427,1	7,6%
2009	46,3	18,7%	47,2	21,6%	93,5	20,0%	528,6	9,5%
2010	48,4	21,2%	47	23,7%	95,4	22,4%	602,6	10,8%

Fonte: Adaptado de INE estatística do emprego.

ANEXO H

Tabela H.26: Nº de candidaturas e incorporados por classe e por ano

	CANDIDATURAS				INCORPORADOS			
	Oficiais	Sargentos	Praças	TOTAL	Oficiais	Sargentos	Praças	TOTAL
2005	81	178	7 263	7 522	77	167	2 320	2 564
2006	86	290	5 842	6 218	84	317	2 960	3 361
2007	192	341	4 701	5 234	89	161	2 610	2 860
2008	413	650	6 681	7 744	179	323	2 648	3 150
2009	525	447	13 161	14 133	200	492	4 553	5 245
2010	864	470	10 961	12 295	216	488	4 365	5 069

Fonte: DORH

ANEXO I

População

De acordo com os últimos censos realizados à população portuguesa no ano de 2001 obteve-se o Quadro B.1 com o número da população alvo deste estudo. O total da população em estudo com referência aos últimos dados disponíveis é de 2.166.110 elementos dispersos por Portugal Continental, Açores e Madeira.

Idade	Total
18	289 521
19	295 129
20	304 266
21	304 422
22	309 038
23	326 201
24	337 533
Total	2 166 110

Quadro I.4: População alvo em 2001.

Fonte: Adaptado de INE Censos 2001.